



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LA MYPE RUBRO RESTAURANTE CEVICHERÍA
ROSA NÁUTICA DISTRITO SULLANA, AÑO 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

**SOSA PEÑA, RENZO JESUS
ORCID: 0000-0003-2416-1661**

ASESOR

**RAMOS ROSAS, CARLOS DAVID
ORCID: 0000-0002-5868-2441**

**SULLANA – PERÚ
2020**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

SOSA PEÑA, RENZO JESÚS

ORCID: 0000-0003-2416-1661

Estudiante de Pregrado Sullana Perú

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Facultad de Ciencias

Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Sullana, Perú

ASESOR:

RAMOS ROSAS, CARLOS DAVID

ORCID: 0000-0002-5868-2441

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Facultad de Ciencias

Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Sullana, Perú

JURADO:

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Zurita Ramos, Gustavo Alfonso

ORCID: 0000-0001-9605-9071

Jurado Evaluador y Asesor

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Zurita Ramos, Gustavo Alfonso

ORCID: 0000-0001-9605-9071

Miembro

Ramos Rosas, Carlos David

ORCID: 0000-0002-5868-2441

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por siempre protegerme a lo largo de mi vida y de mi carrera profesional y por permitirme culminar mi trabajo.

A DTI: Magister: Carlos David Ramos Rosa, por sus orientaciones, para el desarrollo del trabajo de investigación y a la dueña del Restaurante la señora Julia Rosales Nieves por el permiso para desarrollar mi trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A mis padres Manuel y Ana,
Mi hermana Danuska quienes
son la razón por la cual eh
trabajado duro para culminar
este trabajo de investigación
agradecerles por el apoyo que
siempre me brindan.

RESUMEN

En la siguiente investigación se planteó la pregunta: ¿Cuáles son las principales características de Gestión de calidad y Atención al cliente en la MYPE rubro restaurante cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019?, y como objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro restaurante cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019, el tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo y un diseño no experimental, se aplicó un cuestionario mediante la técnica de encuesta aplicada a los trabajadores y los clientes del restaurante, para el recojo de datos, la población y muestra fueron 06 trabajadores para la variable gestión de calidad que se consideró una población finita y 68 personas para la variable de atención al cliente que se consideró infinita. Los resultados respecto a la variable de gestión de calidad es que el (83%) de los trabajadores siempre se enfocan en los clientes, además los trabajadores realizan una inspección de calidad de los productos que se le ofrecen al público, los clientes respondieron que siempre se les atiende de una forma rápida, amable y cortes, el (62%) respondió que siempre se adecuan a las necesidades y gustos que tienen, se concluyó que el restaurant ha tenido una mejora continua , ofrecen productos de calidad , pues aseguran , inspeccionan, y realizan un control total de sus productos , ofreciendo a la vez la mejor atención de una forma rápida , amable, cortes , satisfaciendo las necesidades y gustos de su clientes.

Palabras Clave

Atención - Gestión de calidad - MYPE

Abstract

In the following research the question was posed: What are the main characteristics of Quality Management and Customer Service in the MYPE category restaurant cevichería Rosa Náutica district Sullana, year 2019?, And as a general objective: Determine the main characteristics of management of quality and customer service in the MYPE category restaurant cevichería Rosa Náutica district Sullana, year 2019, the type of research was quantitative, descriptive level and a non-experimental design, a questionnaire was applied through the survey technique applied to workers and customers of the restaurant for data collection, the population and sample were 06 workers for the quality management variable that was considered a finite population and 68 people for the customer service variable that was considered infinite. The results regarding the quality management variable is that (83%) of the workers always focus on the customers, in addition, the workers carry out a quality inspection of the products that are offered to the public, the customers answered that they always They are served in a fast, friendly and courteous way, (62%) responded that they always adapt to the needs and tastes they have, it was concluded that the restaurant has had a continuous improvement, they offer quality products, since they ensure, inspect , and they carry out a total control of their products, offering the best service in a fast, friendly and courteous way, satisfying the needs and tastes of their customers

keywords

Attention - Quality management – MYPE

INDICE GENERAL

Título de la investigación.....	i
Equipo de trabajo.....	ii
Jurado Evaluador y Asesor	iii
Hoja de agradecimiento	iv
Hoja de dedicatoria	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Indice general.....	x
Índice de tablas	xii
Índice de gráficos.....	xiv
Índice de cuadros	xvi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	10
2.1 Antecedentes	10
2.2 Bases teoricas de la investigación.....	30
2.2.1 Conceptualización.....	30
2.2.2 Calidad	30
2.2.3 Gestión de calidad.....	31
2.2.3.1 Norma ISO y Gestión de calidad	31
2.2.3.2 Principios de Gestión de calidad	32
2.2.3.3 Enfoques de Gestión de calidad	37
2.2.4 Atención al cliente.....	40
2.2.4.1 Estrategias de Atención al Cliente	40
2.2.4.2 Claves Basicas de Atención al Cliente.....	43
2.2.5 Micro y Pequeña empresa	45
2.2.6 Restaurantes	46
III. HIPÓTESIS	48
IV. METODOLOGÍA	49

4.1 Diseño de la investigación	49
4.2 Población y Muestra.....	50
4.3. Definición y operacionalización de variables:	53
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	57
4.5. Plan de análisis:.....	57
4.6. Matriz de consistencia.....	58
4.7. Principios Éticos.....	59
V. RESULTADOS	61
5.1. Resultados	61
5.1.1 Variables Gestión de calidad.....	61
5.1.2 Variables Atención al cliente	72
5.2. Análisis de Resultados	84
5.2.1 Variables Gestión de calidad.....	84
5.2.2 Variables Atención al cliente	92
VI. CONCLUSIONES	102
VII. REFERENCIAS	105
VIII. ANEXO	113
1. Cronograma de trabajo	112
<u>2. Presupuesto</u>	<u>113</u>
3. Instrumento de Recoleccion de Datos	114
4. Consentimiento Informado	116
5. Validacion de cuestionario	117
6. Escala de Fiabilidad	126
7. Libro de Codigos.....	129
8. Cuadro de resumen de preguntas	133
9. Turnitin	136

ÍNDICE DE TABLAS

Variable : Gestion de calidad

Tabla 1. Trabajadores se enfocan en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurante Cevichería Rosa Náutica	61
Tabla 2. Se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica.....	62
Tabla 3. Existe una motivación por parte del gerente para la óptima participación de los trabajadores dentro del Restaurante	63
Tabla 4. Trabajadores se adecuan en desarrollar parte los procesos que tiene el Restaurante Cevichería Rosa Náutica.....	64
Tabla 5. Mejora continua del restaurante cevicheria Rosa Nautica en el transcurso del tiempo	65
Tabla 6. Se toman en cuenta opiniones de los trabajadores para la toma de decisiones en el restaurante Cevichería Rosa Náutica	66
Tabla 7. Buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos	67
Tabla 8. Se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes	68
Tabla 9. Trabajador(a) observado que el restaurante Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima.....	69
Tabla 10. Aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes.....	70
Tabla 11. Al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos	71

Variable: Atención al Cliente

Tabla 1. Los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable.....72

Tabla 2. La atención brindada por los trabajadores del Restaurante Cevicheria Rosa Nautica es de una forma personal 73

Tabla 3. Los trabajadores del Restaurante Cevicheria Rosa Nautica los atienden de una forma rápida 74

Tabla 4. El Restaurante Cevicheria Rosa Nautica está de acuerdo con las necesidades, deseos que los clientes buscan en los platos que se le otorgan..... 75

Tabla 5. Los productos brindados en el Restaurante Cevichería Rosa Náutica otorgan una buena satisfacción y un valor prudente.....76

Tabla 6. El Restaurante Cevicheria Rosa Nautica logra satisfacer las necesidades que los clientes tienen77

Tabla 7. En el restaurante Cevicheria Rosa Nautica se observa empleados que se distraen de sus actividades 78

Tabla 8.El Restaurante Cevicheria Rosa Nautica los atiende de una forma cortés...79

Tabla 9. Los trabajadores Cevicheria Rosa Nautica lo juzgan por su vestimenta o su apariencia..... 80

Tabla 10. Los trabajadores del restaurante Cevicheria Rosa Nautica presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen 81

Tabla 11. Se observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien los pedidos 82

Tabla 12. Se adaptan a los gustos que los clientes tienen..... 83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Variable: Gestión de Calidad

Grafico 1. De los trabajadores se enfocan en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurante Cevichería Rosa Náutica	61
Grafico 2. De se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica.....	62
Grafico 3. De existe una motivación por parte del gerente para la optima participación de los trabajadores dentro del Restaurante.....	63
Grafico 4. De trabajadores se adecuan en desarrollar parte los procesos que tiene el Restaurante Cevichería Rosa Náutica.....	64
Grafico 5. De la mejora continua del Restaurante cevicheria Rosa Nautica en el transcurso del tiempo	65
Gráfico 6. De se toman en cuenta opiniones de los trabajadores para la toma de decisiones en él restaurante Cevichería Rosa Náutica	66
Grafico 7. De existe buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos	67
Gráfico 8. De se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes	68
Grafico 9. De el trabajador(a) observado que el restaurante Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima..	69
Grafico 10. De aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes	70
Grafico 11. De al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos	71

Variable: Atención Al Cliente

Grafico 1. De los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable..... 72

Grafico 2. De la atención brindada por los trabajadores del Restaurante Cevicheria Rosa Nautica es de una forma personal 73

Grafico 3. De los trabajadores del Restaurante Cevicheria Rosa Nautica los atienden de una forma rápida 74

Grafico 4. De el Restaurante Cevicheria Rosa Nautica está de acuerdo con las necesidades, deseos que los clientes buscan en los platos que se le otorgan..... 75

Grafico 5. De los productos brindados en el Restaurante Cevichería Rosa Náutica otorgan una buena satisfacción y un valor prudente76

Grafico 6. De el Restaurante Cevicheria Rosa Nautica logra satisfacer las necesidades que los clientes tienen77

Grafico 7. De en el restaurante Cevicheria Rosa Nautica se observa empleados que se distraen de sus actividades 78

Grafico 8. De el Restaurante Cevicheria Rosa Nautica los atiende de una forma cortés.....79

Grafico 9. De los trabajadores Cevicheria Rosa Nautica lo juzgan por su vestimenta o su apariencia 80

Grafico 10. De los trabajadores del restaurante Cevicheria Rosa Nautica presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen 81

Grafico 11. De se observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien los pedidos 82

Grafico 12. De se adaptan a los gustos que los clientes tienen..... 83

Índice de cuadros

Cuadro 1: Matriz de definicion y operacionalización de variables(Gestión de Calidad).....	53
Cuadro 2: Matriz de definicion y operacionalización de variables(Gestión de Calidad).....	54
Cuadro 3: Matriz de definicion y operacionalización de variables(Atención al Cliente).....	55
Cuadro 4: Matriz de definicion y operacionalización de variables(Atención al Cliente).....	56
Cuadro 5: Matriz de consistencia.....	58

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad todas las empresas se plantea un objetivo y es el de fidelizar a sus clientes mediante varias características, ejemplo cómo construir relaciones que se enfocan en vender los productos de calidad , mantener las expectativas altas de sus productos o bien crear una cultura verdaderamente que esté centrada en los clientes, esto con el fin de garantizar un mejor servicio para todos ellos, existen diferentes organizaciones que creen que ofrecen lo mejor a sus clientes ,pero puede que estén equivocados ya que al momento de encuestar o preguntarles a los clientes ellos brindan una respuesta diferente a lo que verdaderamente los dueños de los locales estén creyendo tener. Es por eso que todo restaurante debe cumplir ciertos aspectos de calidad, y atención, la cual asociado ambas variables permiten que el restaurante en este caso, tenga un crecimiento optimo, y permita satisfacer a los clientes, aquellas personas que son el elemento esencial ya que sin ellos no existirán ingresos y un restaurante tendría perdidas, terminando con desaparecer del rubro. Pero según investigaciones algunos de los Restaurantes cumplen los estándares de calidad, y otros lo hacen, pero sin saberlo.

Para empezar a desarrollar esto , se detallara un concepto de gestión de calidad , el autor Camisón et al (2006) menciona lo siguiente: “La Gestión de la Calidad es una simple colección de técnicas, un nuevo paradigma o forma de dirigir, un sistema de gestión con una cierta filosofía de dirección, una opción estratégica o una función directiva más”. Implementar estas diferentes técnicas permitirán elevar la calidad de los productos ofrecidos en cualquier organización, dentro de la gestión de la calidad, existen principios que son comúnmente conocidos como elementos de garantía para la implementación de

la gestión de la calidad. Aquello que serán los investigados dentro del trabajo, otra de la variable a investigar es la atención al cliente, esta variable es una de las más importante, ya que el cliente es un elemento fundamental de la negociación, sin él no existirá ingresos para las organizaciones.

Ariza & Ariza (2015) definen como atención al cliente aquel conjunto de las actuaciones mediante el cual una empresa ejerce la relación entre trabajadores y clientes las cuales pueden ser actuales o potenciales, ya sean antes o después de hacer la compra del producto, con la finalidad de lograr un alto nivel de satisfacción. Y bien relacionando esto al restaurante se tiene que tener una idea de que es un restaurante: Un restaurante se refiere a aquel lugar donde mayormente se ofrecen diferentes tipos de platos o alimentos a una cierta cantidad de consumidor con el fin de que satisfaga sus necesidades alimenticias y a la misma vez de lucrar con los productos que ofrecen. La mayoría de los restaurantes empiezan como una MYPE (Micro Y Pequeña Empresa) que mayormente suelen estar formadas de entre 1 a 10 trabajadores la mayoría están prefijadas por los Estados o regiones y tienen límites tanto en desempeño y planificación de tareas debido a su limitado personal.

Los restaurantes tiene la idea emprendimiento y es que los dueños suelen tener una idea de emprender en un negocio rentable y es ahí donde nace la idea de crear un restaurante bajo la modalidad de micro y pequeña empresa .El rubro gastronómico es uno de los rubros que durante sus últimos años está en aumento la gastronomía en el Perú ha venido aumentando en el mundo de franquicias que cada vez atrae a más clientes extranjeros ya que Perú se encuentra entre uno de los países con mayor delicia gastronómica a nivel mundial estos datos fueron extraídos de la fuente de Perú Retail

(2018) quién sostiene que el sector gastronómico aumentado los últimos años en el ejemplo con la promoción de nuevos platos que innovan el sector gastronómico dando así diferencia de nuestra gastronomía peruana a ello ha representado un 6% del pbi anual. Es por eso que en la actualidad se conocen avances del sector gastronómico y una gran fe de ello es el Boom gastronómico que Perú ha desarrollado últimamente saber. Al analizar los diferentes ámbitos como el ámbito político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, se logró observar si este rubro de los restaurantes, se desarrolla eficientemente en el Perú Relinque (2016)

Los restaurantes y la gastronomía en el ámbito político, el autor Juan Andrés Haurie Relinque cree que no es muy bien apoyada ya que existe una gran confusión entre los ministros, consejeros, alcaldes y directores generales, ellos creen que promoviendo eventos como ferias gastronómicas si estarían apoyando este rubro, pero esto estarían equivocado ya que el rubro gastronómico tendría que ser objeto de una política integral no solo promoviéndola por conveniencia , si no siempre y que si ocurrieran problemas dentro del ámbito político afectaría no solo al rubro Restaurante , sino a todos en general.

En lo que respecta a los Restaurantes en el ámbito económico del Perú los restaurantes tuvieron un aumento en 4.77 % en el año 2016 Retail (2019), sin embargo, a mediados del año del 2020, según datos como el de la INEI el Perú tendría un declive del 3.7% en el año 2020 y sobre todo los más afectados serían las MYPES, que no tenían plan de contingencias debido a problemas de salud como es la pandemia del Covid-19.

Ahora en lo que respecta al factor social los restaurantes son aquellos lugares donde las personas suelen tener reuniones, ya sea de trabajo o familiares, relacionándose socialmente, además si se entran a los sociocultural, un restaurante es punto clave para que los turistas, conozcan más de la cultura y variedad gastronómica que posee el país. La gastronomía es uno de los elementos de recursos turísticos más importantes de todos los países ya que constituye o es clave para saber elegir qué destino visitar, los turistas confiesan que la motivación para viajar es la gastronomía además que sirve como un buen elemento para la promoción de productos alimentarios de un territorio.

Entrando al factor tecnológico es uno de los que más cambios ha tenido durante el transcurso del tiempo, en la actualidad debido a problemas mundiales , la implementación de utilizar la tecnología se ha vuelto fundamental , gracias a la tecnología como implementación de un sistema de delivery y APP, sea a podido ofrecer productos , sin tener contacto directo con las personas de los restaurantes , salvaguardando la salud eh integridad de sus clientes, en lo que respecta a el uso de la tecnología en lo interno de los restaurantes , obtener productos ya procesados , permite la rápida elaboración de los productos que se ofrecen al público.

Referente al factor ecológico los restaurantes deben siempre mantener en equilibrio con el cuidado del medio ambiente, para ello una de las reglas es la implementación de principios éticos, referente a temas de cuidado de los animales que utilizan en su elaboración, no se debe perjudicar la fauna, ya que pueden existir animales que están en

peligro de extinción y como se sabe en restaurantes – cevicherías, es fundamental elementos marinos, como peces, entre otros.

Ahora si entramos al tema legislativo dentro de un restaurante deben existir documentos legales, como es la de contar con una licencia de funcionamiento, documentos del departamento de salud y una certificación de salubridad, esto con el fin de no tener problemas legales, ante cualquier problema que surja. Los restaurantes deben estar en un estado óptimo de higiene, limpios y libres de cualquier suciedad esto relacionado con la ley de inocuidad de alimentos garantizara una buena gestión de la calidad de sus productos y servicios. (Elkins, 2018)

Respecto a las amenazas de nuevos competidores, este tipo de MYPE, es común que aparezcan nuevos restaurantes, y más a nivel provincial, ya que Sullana se caracteriza por tener más variedad de productos gastronómicos.

Es por eso que la rivalidad siempre está presente, cada MYPE, siempre tiende a querer ser mejor que las demás y sobre todo los restaurantes, y esto lo realizan con implementación de nuevos productos, que se diferenciaron del resto.

Parte fundamental del crecimiento y la rentabilidad del Restaurante, es la del abastecimiento de nuevos productos, pues para esto se debe tener una buena relación con los proveedores de esto, ya que así garantizara que los productos que les vendan sean de buena calidad y de un precio accesible, que las garantizara un mejor desarrollo presupuestal ya que obtener productos que sean de calidad a bajo precio, obtendrían más ingresos. Después de haber tenido una buena relación con los proveedores, les permitirá ahora desarrollar temas respecto al precio que se le dará a cada uno de los productos que elaboran, y es parte del poder de negociación de los compradores, según datos del

Restaurante, los precios empiezan desde los 15 hasta los 50 soles, y depende de la cantidad que el comprador desee adquirir, como ultima detalle referente al tema de las fuerzas de Porter, se debe evaluar el ingreso de nuevos competidores pues a nivel provincial, Sullana es una de las ciudades que cuenta con una gran cantidad de restaurantes y esto se ve reflejado en los datos de SUNAT donde mensualmente Se observa la inscripción de varios restaurantes que surge por pequeños emprendedores además de ser un lugar turístico tiene gran acogida de personas de otras ciudades ya sea del interior del país o del exterior del país ya que Sullana es reconocida por el tipo de servicio eficaz y óptima que ofrecen en cada uno de sus establecimientos.

Esto además preocupa mucho al dueño de un restaurante ya que los nuevos competidores, están ofreciendo también productos similares a los que se venían comercializando, otra de las fuerzas es la de negociar tanto con los clientes como con los proveedores, ya que una buena comunicación con los proveedores garantizara una buena relación de precios bajos hacia los clientes.

En la actualidad el rubro gastronómico fue uno de los rubros perjudicados debido a la pandemia COVID-19 , ya que asistir a los restaurantes , era peligroso ya que era uno de los focos de infección de esta enfermedad y el gobierno con el fin de salvaguardar la salud de la población, en primeras inicios de la propagación de este virus en el país de Perú , decidí establecer una cuarentena , por lo cual muchos pequeños empresarios al no tener capital de ingreso terminaron dando por perdida su micro y pequeña empresa.

Después de haber evaluado todos estos factores tanto internos como externos se plantea la siguiente pregunta para la investigación: ¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019? es el enunciado del problema que se ha planteado desarrollar y que para ello se ha establecido el objetivo general que es el siguiente: “Determinar las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019”

Se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Describir los principios de gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019.
- Identificar los enfoques de gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019.
- Describir las estrategias de atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019.
- Identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019.

Se justifica metodológicamente, ya que otorga información esencial referente a las características de ambas variables mediante las respuestas del cuestionario aplicado.

Cuenta con una justificación práctica ya que los resultados permitirán Elevar la calidad del restaurante y así adaptarse a los principios de gestión de calidad corrigiendo algunos errores que se estarían dando de ello, estos datos se obtienen gracias a la aplicación de instrumento de recolección de datos.

En la justificación económica y social, los restaurantes tendrán mayor acogida de clientes los clientes optarán por visitar más este tipo de restaurante observarán un mayor orden tanto de la organización, como de sus trabajadores.

Respecto a la justificación profesional, sirve como sostén para otros proyectos de investigación. A nivel profesional los estudiantes tanto de instituciones educativas como de universidades también se han visto perjudicados, ya que la educación, se estaba llevando a distancia, y esto con tal de que los alumnos no dejaran de estudiar, y en lo social permitirá conocer las características de calidad y atención al cliente a otras personas que decidan investigar las mismas variables.

El trabajo de investigación consta de un tipo de estudio cuantitativo con el fin de observar la asociación o correlación que existe entre las variables, a la misma vez cuenta con un nivel descriptivo porque permitió conocer más sobre la variable gestión de calidad y atención al cliente pero solo con la descripción de esta, y por último con un diseño no experimental, donde no se modificaron ninguna de las variables. Para el recojo de la información se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento de cuestionario, se aplicaron 2 cuestionarios, uno para los trabajadores que estuvo compuesto de 11 preguntas dirigidos a 6 trabajadores que fue la muestra finita para la variable gestión de calidad y el otro cuestionario estuvo compuesto de 12 preguntas dirigidas a 68 clientes, que fueron la muestra infinita de la variable atención al cliente, del Restaurante Cevichería Rosa Náutica.

Entre los resultados se pudo tener que un 100% (06) trabajadores han observado una mejora continua del Restaurant, un 83% (05) trabajadores inspeccionan, aseguran y

realizan un control de calidad de sus productos, la atención que se le brinda a los clientes es siempre la mejor pues 84% de clientes respondió que se les atiende de una forma rápida y un 99% de los trabajadores, nunca se han sentido juzgados por los trabajadores del local.,

En conclusión, la investigación beneficiosa tanto para la organización como para el estudiante investigador quien se desarrollarán muy bien en el ámbito profesional

Dentro del restaurante cevichería Rosa Náutica se observa que ha existido una mejora continua en el transcurso del tiempo y además esto debido a que siempre se enfocan en ofrecer lo mejor a los clientes , pues para ello realizan una inspección , control y aseguramiento de los materiales a utilizar y al producto final que les brindan a sus clientes, ya que ellos son aquel elemento fundamental , y su atención , siempre deber ser primordial , se les atiende de una forma rápida, amable y cortes , adecuándose a cada una de las necesidades que requieren.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

En el transcurso de la investigación se observa que existen varias investigaciones anteriores que serán parte del marco teórico. Los antecedentes que se han investigado, son antecedentes de orden internacional, Regional, Nacional y local que también trata de resolver la misma problemática de Gestión de calidad y atención al cliente y otras variables que se asemejan a nuestro título.

A continuación, resumen de investigaciones anteriores:

Internacionales

Espinosa (2020) la investigación tiene título el siguiente: “Elaboración de un programa de mejora continua en atención al cliente en restaurantes de tercera categoría ciudad Mitad del Mundo.” tesis de grado previa a la obtención del Título de Licenciada en Turismo Ecológico, tuvo como objetivo desarrollar un programa de mejora continua en la atención cliente dirigido a restaurantes de tercera categoría en la ciudad Mitad del Mundo. Se trata de un estudio con un diseño no experimental, que utiliza los métodos descriptivo y analítico. Se trabajó con una muestra de 155 personas, que fue tomada de una población compuesta por 520 clientes de los restaurantes Balcón del Mundo, Plaza Sol e Inti Raymi, a través de la fórmula para poblaciones finitas. Esta investigación obtuvo la información a través de observación, encuestas, entrevistas y cliente oculto. Luego se realizó una evaluación del sistema de organización interna, el soporte físico y el personal involucrado durante la atención al cliente en los tres restaurantes. El resultado fue un conjunto de

acciones de mejora hacía la reestructuración del proceso administrativo, que es la base para la reorganización de los demás procesos en los restaurantes.

Franco (2017) en su investigación titulada: “Análisis de los niveles de calidad de atención al cliente y su incidencia en la satisfacción de los turistas extranjeros, usuarios de los restaurantes de la calle Charles Binford, en Santa Cruz – Galápagos” para optar el Título de Técnico Superior mención Hotelería. La calidad en el servicio de un restaurante es una parte fundamental para así poder alcanzar el éxito. Esta corresponde al grado de satisfacción que experimenta un cliente junto a la atención recibida, la eficiencia del servicio recibido y la manera con que el servicio fue entregado. Para que un restaurante logre la calidad en su servicio debe cumplir con las necesidades y expectativas de sus clientes, ya que ellos son los más importantes y quienes determinan que tan bueno es el servicio ofrecido por un establecimiento en particular. Hay que conocer cuáles son las expectativas de los clientes, y así poder ofrecer un servicio de alta calidad, en un restaurante es necesario medir las percepciones de los clientes con respecto a conceptos específicos que constituyen el servicio g Luego de aplicar encuestas tanto al personal como a los clientes de los restaurantes se logró evidenciar las causas y efectos del problema central, es el deficiente Servicio al Cliente. Los resultados obtenidos fueron lamentables ya que los clientes manifestaron que el personal que los atiende no está capacitado y además existen tardanza en la entrega de los pedidos. Por tal razón se plantea un plan de capacitación, basados en talleres demostrativos a fin de mejorar la calidad del servicio y el desarrollo de económico de estos lugares.

Nacionales

Valdiviezo (2019) en su tesis para optar al título de licenciad en Administración la investigación ha tenido como objetivo general determinar la “Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicios, restaurant turístico - Yarinacocha, 2019”. La investigación identifica como problemática la administración informal por falta de conocimiento en el uso de las herramientas modernas de la administración y ausencia de procesos administrativos. Por esta razón se planteó el siguiente enunciado: ¿La administración de las pymes del sector servicios, restaurant turístico-Yarinacocha, 2019 requieren una gestión basada en calidad con soporte de procesos administrativos eficaces? Asimismo, como objetivos específicos se estableció determinar la relación entre las dimensiones de las variables dependiente e independiente. La metodología de investigación fue del tipo cuantitativa, de nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, transversal y correlacional. Como instrumento se aplicó un cuestionario estructurado con 25 preguntas, determinando que la mayoría son microempresarios (72,7%) del sexo masculino que cuentan solo con estudios básicos (54,5%). De la gestión de calidad: el 54,5% no usa herramientas de gestión; el 72,7% ha realizado comparaciones o benchmarking para adopción de buenas prácticas de formas de trabajo de otras empresas. Respecto a los procesos administrativos: el 45,5% utiliza herramientas de planeación, el 54,5% divide el trabajo de su empresa de acuerdo a las actividades a realizar. Finalmente, se concluye que existe relación entre la variable gestión de calidad y la variable procesos administrativos, de acuerdo al coeficiente de correlación de Pearson aplicado al 95% de confiabilidad.

Aldaba (2019) el presente trabajo de tesis para optar al título de licenciado en Administración titulado Gestión de Calidad y Eficacia en los Procesos Administrativos de las mypes del sector servicios, rubro restaurant turístico, en el distrito de Oxapampa, año 2019 tuvo por objetivo Evaluar la Gestión de Calidad y Eficacia en los Procesos Administrativos de las mypes del sector servicios, rubro restaurant turístico, en el distrito de Oxapampa, año 2019. La metodología de investigación se caracteriza por ser mixta; nivel descriptivo y cualitativo, con diseño no experimental, transversal y descriptiva. Para realizar la investigación se utilizó la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de diecisiete (17) preguntas, que respondieron los microempresarios, identificándose que existe en su mayoría propietarios con nivel de instrucción estudio básico (60,0%). Se destaca que la gestión carece de misión y visión. Los microempresarios gerencian sus negocios según su experiencia, algunos con un enfoque en la mejora de la filosofía continua, pero si enfocados al cliente, como razón de ser del negocio. Respecto a los procesos administrativos estos se realizan de manera informal, iniciándose con la planeación, pero es débil respecto a la organización, situación que genera descoordinaciones en las operaciones. Carecen de organigrama y las responsabilidades se dan de manera verbal. La dirección se ejerce bajo un liderazgo autoritario. El control, es un proceso que se realiza intermitentemente, o al suceso de eventos que requieren atención. Finalmente, sin procesos administrativos implementados la dirección no obtiene información suficiente para la toma de decisiones. Asimismo, los restaurantes turísticos, ubicados en el distrito de Oxapampa consideran que es necesario brindar atención y mejorar la gestión con sus procesos administrativos, pero a futuro.

Ecos (2019) el presente trabajo de investigación para optar al título de maestría en ingeniería titulado: "Determinación de la calidad microbiológica y sanitaria de los restaurantes situados en la plaza de armas de Ica - 2015" se realiza como propósito determinar la calidad microbiológica y sanitaria de los alimentos que se consumen en los restaurantes ubicados a los alrededores de la Plaza de Armas de Ica en el año 2015. El estudio desarrollado es de tipo básico y de nivel descriptivo, ya que busca describir las características de la variable de interés (calidad microbiológica y sanitaria de los restaurantes) utilizándose para ello el diseño descriptivo simple. En el estudio se trabajó con una población de 6 restaurantes ubicados en los alrededores de la Plaza de Armas de la Ciudad de Ica, quedando conformada la muestra por el mismo número de la población, es decir se trabajó con el 100% de la población, a quienes se les aplicó una ficha para medir la calidad microbiológica de los alimentos y otra ficha para medir la calidad sanitaria en los restaurantes. Es así que mediante el procesamiento, análisis e interpretación de datos se tuvo como resultado que existe calidad microbiológica y sanitaria de los alimentos que se consumen en los restaurantes situados en la Plaza de Armas de Ica en el año 2015 en un 60,7%. Así como también se logró determinar que existe una calidad microbiológica de los alimentos que se consumen en los restaurantes de la Plaza de Armas de Ica en el año 2015 en un 87,7% y que también existe una calidad sanitaria de los alimentos que se consumen en los restaurantes de la Plaza de Armas de Ica en el año 2015 en un 57,7%. Palabras claves: Calidad microbiológica, calidad sanitaria, restaurantes, platos de comida, postres, juegos, ensaladas.

Enriquez (2017) en su tesis titulada: “Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, zona centro, ciudad de Chimbote, 2017” tesis para optar al título de licenciada en Administración tuvo por objetivo general: “Determinar las principales características de gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, zona centro, ciudad de Chimbote, 2017”. La investigación fue de diseño no experimental – transversal-descriptivo, se escogió una muestra dirigida de 15 MYPES de una población de 26, se aplicó un cuestionario de 22 preguntas estructuradas a representantes de las MYPES, obteniendo los siguientes resultados: el 60,0% de representantes encuestados tienen 51 a más años, 66,7% son mujeres, 80,0% administran los dueños. El 73,4% de MYPES tienen de 7 a más años, 80,0% tiene de 1 a 5 trabajadores. Respecto a gestión de calidad con uso de marketing: el 93,3% conoce término gestión de calidad, 86,7% de benchmarking, el 53,3% no se adaptan a los cambios, el 86,7% conoce la observación para medir el rendimiento del personal, el 100% afirma que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio, el 66,7% conoce término de marketing, el 100% no utiliza base de datos de sus clientes, su producto satisface a los clientes, el 40% disminuyó sus ventas, el 53,3% no publicita su negocio y no utiliza técnicas de marketing, el 46,7% si utiliza herramientas de marketing y el 93,3% establecen que el marketing mejora la rentabilidad de la empresa. Finalmente concluyo que, la mayoría de MYPES conocen empíricamente el benchmarking, no se adaptan a los cambios, no tienen base de datos de clientes, no utilizan herramientas de marketing mencionados.

Mendoza (2019) en su tesis titulada: “Gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano de Chimbote, 2019” tesis para optar al título de licenciada en Administración. La investigación tuvo como objetivo general: “Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios _ rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano de Chimbote, 2019”. La investigación fue de diseño no experimental – transversal. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una población de 19 y una muestra de 15 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 53.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior no universitario. El 73.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños. El 53,3 % no conoce el término gestión de calidad. El 60 % respondieron si conocen el término Marketing. Esto concluye que las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano de Chimbote, 2019. Son dirigidos por sus propios dueños, a quienes les falta asesorarse más en su rubro, ya que muchos de ellos tienen un grado de instrucción no universitario. Esto se ve reflejado en el poco conocimiento sobre el término Gestión de Calidad, pesar de que muchos de ellos conocen el término marketing no sabe cómo aplicarlo en sus negocios.

Dios (2019) el presente trabajo de investigación para obtener al grado de bachiller en ciencias administrativas con Título “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el distrito de Corrales

2017”; tuvo por objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017, en donde se pretendió conocer las características de las variables Gestión de Calidad y Competitividad. Con una metodología de investigación de tipo Descriptiva, nivel Cuantitativa y diseño No Experimental; con una población de 10 Mypes y una muestra de 68 clientes; utilizando el cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyendo que de acuerdo a la gestión de calidad; el 79% de los clientes nos manifiesta que los servicios ofrecidos en los restaurantes si es adecuado; debido a sus trabajadores de muestras estar capacitado para ofrecer los productos y/o servicios mostrando cordialidad, tienen conocimiento del menú del día, entre otros. Además, el 56% de los clientes manifiestan que los restaurantes no ofrecen mejores ambientes que su competencia, debido a que los propietarios no realizan innovaciones en sus restaurantes, no están a la vanguardia de nuevos avances tecnológicos.

Linares (2016) la presente tesis para optar al título de licenciada en Administración titulado “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016” tuvo por objetivo determinar la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue tipo descriptivo – correlacional, nivel aplicada, de diseño no experimental/ transversal, se utilizó una muestra de 266 clientes de una población de 214, 804 a quienes se les aplicó

un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la Gestión de Calidad: Los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 64,7% considera que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad. Respecto a la atención al cliente: El 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes. El 64,7% menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno. Respecto a la fidelización: El 67,7% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. Se concluye que: La gestión bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Ortiz (2017) en su tesis titulada: “Gestión de calidad con el uso del marketing de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes del distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu - año 2017” tesis para optar al título de licenciado en Administración. Se planteó como objetivo de su tesis tratar de “Determinar características de calidad con el buen uso del marketing en las MYPES. Esta investigación la realizó en los diferentes restaurantes de las ciudades Auca yacu en el año 2017 el tipo de investigación que usó fue una investigación cuantitativa porque así puede medir con niveles no experimentales ,ya

que ellos le llevaba a manipular de una manera poco transversal propuso a investigar 12 MYPE que tenía una poca población de 20 empleados quiénes satisfactoriamente contribuyeron a resolver las encuestas esas encuestas estaban formadas por 22 preguntas obtuvo los siguientes resultados: Que el 58% tenía una edad madura a 49 años, otro resultado fue que un 40% era de sexo femenino y sólo la mitad de la población encuestada tenía educación superior Universitaria ,60% era dueño de su propia empresa. Debido a la que tenían los dueños la mayoría de investigados tenían conocimientos sobre gestión de calidad, pero no sabían emplearla y sólo usaban la técnica de observar para así poder medir el rendimiento de su personal y darle una pequeña evaluación de ellos, resultaba que solo ejercían un tipo de conocimiento llamado “empírico” lo cual beneficia a las variables estudiadas.

Alejandría (2018) en su tesis titulada: “La Calidad De Servicio Y Su Relación Con La Satisfacción Del Cliente En El Consorcio Gastronómico Del Norte Srl – Marakos 490 Carnes Y Parrillas, Chiclayo” tesis para optar al título de licenciada en Administración. El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Consorcio Gastronómico Del Norte SRL – MARAKOS 490 Carnes y Parrillas de la ciudad de Chiclayo. Se realizó una investigación de tipo descriptivo correlacional con un diseño no experimental teniendo como muestra a 231 clientes de la empresa Consorcio Gastronómico Del Norte SRL – MARAKOS 490 Carnes y Parrillas de la ciudad de Chiclayo a quienes se aplicó una encuesta utilizando como instrumento al cuestionario. Los resultados mostraron que la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Consorcio Gastronómico Del Norte SRL –

MARAKOS 490 Carnes y Parrillas de la ciudad de Chiclayo, a través del análisis de correlación de Pearson, se encuentra en un valor de ,463*; es decir, se tiene una relación moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, concluyendo así que se acepta “Hi” que indica que existe la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Consorcio Gastronómico Del Norte SRL – MARAKOS 490 Carnes y Parrillas de la ciudad de Chiclayo.

Gaviria (2017) en su tesis titulada: “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017” tesis para optar al título de licenciada en Administración. Siguiendo con el tipo de investigaciones anteriores a ahí está el nivel nacional observamos qué Gaviria Justo Ana en el año 2018 cuyo objetivo general fue “Determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente, Sector Servicios, rubro Clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017.” investigó sobre la calidad y atención al cliente en el rubro gastronómico del restaurante turístico ubicado en el distrito ubicado yarinacocha todo esto sucedió en el año 2017 la misma que le dio un desarrollo de investigación descriptiva aplico una encuesta con una cantidad de preguntas que no pasaba de las 18 preguntas y obtuvo curioso resultados la mayoría de edad son de 50 años el 64% no contaba con formación académica la cantidad de trabajadores no excede los 9 y el 60% no tienen técnicas canción a sus problemas cuando se les consultó respecto al tema de “servicio al cliente” tuvo un buen resultado ya que el 52% Ósea la mitad de las personas encuestadas si sabían cómo darle una atención al cliente.

Cifuentes (2018) realizó una investigación titulada: “Relación entre la inteligencia emocional y la satisfacción del cliente externo del restaurant Salas – Cajamarca 2018 (Tesis parcial)” tesis para optar al título de licenciada en Administración. La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la inteligencia emocional de los colaboradores y la satisfacción del cliente que adquiere los servicios del Restaurant Salas de Cajamarca – 2018, para ello se empleó una metodología de tipo de investigación cuantitativo con un diseño de investigación no experimental, correlacional transversal. La población de esta investigación fueron los 40 colaboradores del “Restaurant Salas”. Para la recopilación de la información se utilizó dos instrumentos válidos y confiables para medir la inteligencia emocional y la satisfacción del cliente. Los resultados refieren que el 55% de los colaboradores consideran poseer desarrollado la inteligencia emocional y estar satisfecho por la atención que brinda al cliente externo del restaurant y el 20% se siente muy satisfecho, solo el 25% que considera poseer inteligencia emocional considera estar ni muy satisfecho ni muy insatisfecho con la atención brindada a los clientes, asimismo tenemos una correlación entre las variables inteligencia emocional y satisfacción del cliente en el “Restaurant Salas” es de 0,094, es decir una correlación positiva muy débil, estos resultados a su vez no se puede generalizar. Se recomienda propiciar que los gremios empresariales, extiendan los programas talleres de desarrollo de la inteligencia emocional a los colaboradores de los otros rubros de empresas, con miras a fomentar el involucramiento del personal a la buena marcha organizacional. Palabras Claves: Autoconocimiento, autocontrol, automotivación, empatía, servicio, calidad.

Regional

Cuenca (2019) el presente trabajo de investigación para obtener el grado de bachiller en ciencias administrativas, denominado “Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018” En donde se pretende investigar ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018. Utilizando una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental; aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de las 18 MyPes dedicadas al rubro de restaurantes; se concluyó que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra.

Sanjinez (2015) la presente tesis para optar al título de licenciado en Administración. tuvo como objetivo: “Conocer qué características tiene la Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015”. Se empleó la metodología de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario con una población para la variable Competitividad; para el primer objetivo es conocida (N=10) gerentes; en el segundo objetivo es infinita; por otra parte, la variable Gestión de Calidad es una población finita conocida donde N= 47 trabajadores y 10 gerentes; siendo los

resultados agrupados de acuerdo a la variable. De los resultados se tiene que el 90% de los gerentes no comprende las necesidades de sus clientes, un 86% de los clientes evidencia que la empresa si cumple con las ofertas y promociones que presenta, de otro lado un 77% de los trabajadores evidencia que si cuentan con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad y un 80% de los gerentes evidencia que la empresa si cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados.

Tandazo (2019) la presente investigación, titulada: “Caracterización De La Gestión De Calidad Y El Marketing De Las Mypes Sector Servicio Rubro Restaurantes Del Distrito De Tumbes 2019” tesis para optar al título de licenciado en Administración. El cual tiene como problema de investigación: Caracterización de la gestión de calidad y el marketing de MYPES sector servicio rubro restaurantes del distrito de Tumbes 2019 de acuerdo con el informe de investigación y luego de haber desarrollado la problemática con respecto a mi variable de estudio, gestión de calidad y marketing, y pretendiendo desarrollar la siguiente interrogante. ¿Cómo se describe la gestión de calidad y el marketing de las MYPES sector servicio rubro restaurantes del distrito de Tumbes 2019?; es por ello que se formuló el siguiente objetivo general. Determinar la caracterización de la gestión de calidad y el marketing de las MYPES sector servicio rubro restaurantes del distrito de Tumbes 2019. la investigación tiene un tipo descriptivo, nivel cuantitativo y un diseño no experimental, con una población de 10 MYPES materia de investigación, luego de analizar los resultados enfocados en los principios de la gestión de calidad, que se enfoca en la satisfacción de los clientes se pudo llegar a concluir que al igual que para lograr el éxito de este tipo de MYPES es necesario que los clientes logres satisfacer sus

necesidades y para ello se debe enfocar en alcanzar la satisfacción de los clientes, tal como lo especifica Lopez,D. (Gauyaquil-Ecuador 2018), que nos dice que el servicio al cliente juega un rol de gran importancia. Para poder satisfacer las necesidades del cliente.

Reymundo (2018) el presente trabajo de investigación titulado “La gestión de calidad y atención al cliente, en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018, Se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cómo se desarrolla la gestión de calidad y atención al cliente, en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018? Tuvo como objetivo general: Determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018 y objetivos específicos: a)determinar las herramientas para la gestión de calidad en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018 b) Identificar el enfoque al cliente de la gestión de calidad en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018 ; c) Detallar los aspectos básicos de atención al cliente en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018 ; d) Identificar las fases del proceso de atención al cliente en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018. El tipo de investigación fue no experimental-transversal, tipo descriptivo y nivel cuantitativo. Se trabajó con una población finita conformada por los 10 colaboradores y una población infinita conformada por 68 clientes de la cevichería, a quienes se les aplicó la encuesta. Se concluye que cuentas con gran parte de herramientas de la gestión de calidad y toman en cuenta los aspectos básicos necesarios para una atención de calidad, yendo de la mano con las fases necesarias que contribuyen a la mejora de atención de sus clientes

Estrada (2018) el presente trabajo de investigación titulado: “La Gestión De Calidad y El Uso Del Marketing En La Micro y Pequeñas Empresas Del Rubro Restaurantes Del Distrito De Sullana, Año 2018” tesis para optar al título de licenciada en Administración tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y el uso del marketing en la Micro y Pequeñas empresas del rubro restaurantes del Distrito de Sullana, año 2018. El tipo de investigación fue descriptiva – No Experimental - cuantitativa. La población estuvo conformada por 68 clientes de los restaurantes del Distrito de Sullana. Siendo los principales resultados de la gestión de calidad fueron: el 60% manifestaron que siempre el servicio brindado por los restaurantes satisface sus necesidades, el 88% indicó que siempre el servicio que reciben es de buena calidad, el 59% indicó que siempre es importante la planificación para realizar un buen marketing, el 74% mencionó que siempre la calidad de los restaurantes hace que éstos tengan una buena participación en el mercado. Llegando a las siguientes conclusiones: Con respecto a la satisfacción del cliente se concluye que el servicio que reciben los clientes de los restaurantes del Distrito de Sullana es de buena calidad y que logran a quedar satisfechos con lo que éstos ofrecen, brindándoles servicios de calidad y que harán que el negocio siga creciendo en el mundo empresarial, para los clientes de los restaurantes del Distrito de Sullana siempre es importante realizar la planificación para poder ejecutar un buen marketing ya que así se puede identificar oportunidades de mejora para las empresas.

Dedios (2019) en su tesis: “Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente De La MYPE Rubro Restaurant Cevichera Karaoke Ingrid De La Ciudad De Sullana, Año 2019”, su objetivo general: “Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente

de la MYPE rubro Restaurant cevichera karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019” tesis para optar al título de licenciada en Administración. Para ello estableció sus variables de al cliente en una conocida cevichera del nombre Ingrid tipo de investigación no experimental además tuvo o Consideró que su variable ya que la formó con ayuda de los clientes fueron unos 121 consumidores quién fueron partes de esta investigación tuvo como conclusión que la MYPE si contaba con los parámetros relacionados a las variables del título de investigación.

Valdiviezo (2018) en su presente investigación titulada: “Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la urb. Santa Ana - Piura año 2018” tesis para optar al título de licenciada en Administración. Tuvo como objetivo determinar qué características de la competitividad y calidad de atención al cliente existen en las MYPE del rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura, año 2018. Para cumplir con este objetivo se empleó la metodología de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental, y de corte transversal, el recojo de la información se realizó con la técnica de la encuesta, con el instrumento del cuestionario, plan de análisis de SPSS versión 21 y Excel 2010. La población para la variable competitividad es infinita igual para la variable de calidad de atención al cliente, de lo cual se obtuvo como muestra 385 clientes de las 8 MYPES del rubro restaurante que existen en la Urb. Santa Ana, quienes de manera voluntaria y aplicando la técnica de la encuesta llenaron un cuestionario de 29 preguntas cerradas, obteniéndose como resultados que : Con respecto a la clasificación de los servicios

brindados, se encontró niveles regulares (55%), en lo referente a la tecnología se encontró en óptimas condiciones (71%), en lo concerniente a las ofertas los niveles son demasiados bajos (73% de desaprobación), con respecto a la atención se encuentra en niveles de satisfacción elevados (87%) y en lo que respecta a la calidad se encontraron niveles aceptable (93%). Teniendo así como conclusión general de este estudio que la competitividad de las MYPES del rubro Restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura Finalmente como conclusión principal de la investigación se debe mencionar que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindados.

Crisanto (2019) en su tesis titulada: “Caracterización de actividades y competitividad en las MYPE, rubro Restaurant – Pollerías del centro de Piura, año 2019” tesis para optar al título de licenciada en Administración. Estableció como objetivo Identificar qué características tiene el liderazgo y la competitividad en las MYPE Rubro Restaurant - Pollerías del centro de Piura; Año 2019. Se empleó la metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, Se empleará como tipo de recojo de datos encuestas, siendo el instrumento más adecuado para medir, el cuestionario estructurado. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 MYPE de una población de 40 colaboradores, a quienes se les aplicó un cuestionario de preguntas cerradas, y una muestra de 68 clientes, obteniéndose la siguiente conclusión: Se identificaron características de Liderazgo y Competitividad de las MYPE Rubro

Restaurant – Pollerías del centro de Piura, año 2019 tales como, que el Liderazgo no es constante, no se utilizan los recursos necesarios ni estrategias adecuadas para que el liderazgo del propietario se identifique con los colaboradores y se sientan a gusto; por otra parte en cuanto a competitividad, se puede observar que la mayoría de clientes asiste a estas MYPE por precios bajos y una mínima cantidad por atención al cliente además otro resultado que confirma esta situación es el nivel de producción que se mantiene igual al estándar lo que significa que los trabajadores siguen realizando sus actividades con el mismo ritmo lo cual da a notar el bajo nivel de motivación o la falta de practica en temas de liderazgo y competitividad.

Rojas (2017) en su investigación titulada “Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE rubro restaurant - cevichería en el AA.HH. La primavera - Piura, año 2017” tesis para optar al título de licenciada en Administración. Tuvo como objetivo general “Determinar las características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE rubro restaurant - cevichería en el AA.HH. La primavera - Piura, año 2017”. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, siendo la técnica de recojo de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario, estructurado con preguntas cerradas de escala nominal y ordinal, las variables de estudio Competitividad y Atención al cliente se han trabajado con una población infinita y finita, tomando una muestra de 384 para clientes y 3 para propietarios de las MYPE, obteniéndose las siguientes conclusiones: Se identificó que el 79% de encuestados mencionan que la MYPE si ofrece un producto de calidad, asimismo se lo

logro determinar que el 100% de encuestados mencionan que han ingresado nuevos competidores al sector de las MYPE, además se ha identificado que el 69% de encuestados mencionan que la MYPE ofrece una forma de compra fácil y rápida , en otro ámbito se identificó que el 95 % de encuestados se consideran clientes negociados debido a que siempre negocian el precio de un producto.

2.2 Bases teóricas de la Investigación

2.2.1 Conceptualización

Según Morales (2019) menciona que entiende por conceptualización a la forma crear o construir idea que se centre en un concepto de un tema y que inicia con los conocimientos que tenemos sobre diferentes títulos o palabras.

2.2.2. Calidad

Según Juran (1990) cree que calidad contiene varios contextos como el siguiente: “Una forma de calidad está orientada a los ingresos, y consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y, como consecuencia de eso producen ingresos. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta más”.

Y el otro concepto es “Una segunda forma de calidad estaría orientada a los costes y consistiría en la ausencia de fallas y deficiencias. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta menos” (Juran 1990)

Ambos conceptos dados por este autor en uno de sus 3 libros cuyo tema se basa en calidad, ayuda a los ejecutivos, ya que está dirigido hacia ellos, a planificar el estilo de calidad y estrategia que tiene la empresa.

Según Juran (1990) entiende por mala calidad a las deficiencias que se presentan, por ejemplo: atraso en entregas, errores en los servicios, boletas incorrectas, etc. En conclusión, expone, que calidad es la forma del cual el gerente de una organización otorga sus productos a los clientes sin tener ninguna deficiencia.

2.2.3. Gestion de Calidad

Los autores : Hugo Hernández Palma & Ignacio Barrios Parejo & David Martínez Sierra, en el año 2018 que fue el año en su artículo titulado: Gestión De La Calidad: “Elemento Clave Para El Desarrollo De Las Organizaciones” exponían lo siguiente: Hernández et al (2018) menciona: “La gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente” (p.180)

El autor Camisón et al(2006), menciona: “La Gestión de la Calidad es una simple colección de técnicas, un nuevo paradigma o forma de dirigir, un sistema de gestión con una cierta filosofía de dirección, una opción estratégica o una función directiva más”.

Estos conceptos han sido estudiados en el transcurso del tiempo por varios autores cada uno estableciendo sus propias ideas y todo ello lo podemos observar en sus investigaciones ya realizadas.

2.2.3.1. Norma ISO Y Gestión De Calidad

Según la página web de la norma ISO define el siguiente concepto: La norma ISO es aquella norma de nivel internacional, que lo que hace es tomar en cuenta actividades de organización de cualquier sector de actividad. Referida a temas como la de la satisfacción de los clientes y también como la calidad de los servicios y productos que cumplan con las necesidades de los clientes. Norma9000

En la actualidad, la ISO 9001(2015) es una de las mayores normas que existen y las más utilizadas en casi todo el mundo.

Siempre todos proveemos a alguien con algún bien o servicio y se debe realizar la distribución de productos o servicios de calidad que se adecuen a las necesidades que el cliente necesita Si se realiza al pie de la letra los requisitos que la norma ISO exige , se podría decir que la organización en la cual se está implementado esta norma, está cumpliendo muy bien los objetivos de calidad y esto le va a beneficiar bastante ya que no tendrá problemas con los productos que se le ofrecen a sus clientes.

Para la investigación, la norma ISO es parte fundamental en este trabajo de investigación, para los principios de gestión de calidad, se utilizará los principios de calidad de la norma ISO 9001 versión 2015.

2.2.3.2 Principios De La Gestión De Calidad

Sirvent Asensi et al. (2017) “La familia de normas ISO 9001 se basa en 7 principios de gestión de la calidad. Anteriormente, eran ocho, pero con la nueva revisión del 2015, los principios han quedado en siete”. (p.3)

Enfoque al Cliente: Todas las organizaciones deben tener en claro que sus clientes siempre tienen necesidades y estas no son estáticas, más bien más dinámicas y muy cambiantes en el transcurso del tiempo, además de ser los clientes cada vez más exigentes y cada vez están más informados. Es por esto que la empresa no solo debería esforzarse

por velar por sus clientes, más bien siempre ofrecerles varias soluciones en sus productos y servicios, para gestionarlas e intentar superar esas expectativas día a día.

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de este principio es la de satisfacer las necesidades de los clientes se tiene que tener en cuenta las siguientes pautas:

- Reconocer quienes son nuestros clientes
- Identificar la satisfacción de los clientes
- Lograr que toda la organización sepa cuales son las necesidades y los requerimientos de los clientes. ISO 9000:2015 (n.d.)

Liderazgo: El líder en una organización es parte importante de gestionar mejor la organización.

Sirvent Asensi et al. (2017) “Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización ” (p. 3)

Cuando se habla Liderazgo se refiere a una cadena que suele relacionar siempre a todos los directivos de una empresa, que cuentan con personal a su disposición. El liderazgo correcto, es base fundamental para el cumplimiento de los objetivos, según el concepto de Sirvent Asensi, los líderes deben hacer que todos sus trabajadores realizan las actividades demandadas a cada uno de ellos, entre los factores claves de un buen líder, es la motivación que le brinda a sus trabajadores, ya que ellos deben de entender y siempre estar motivados, la falta de comunicación entre ambas partes deber es mínima.

Participación y Compromiso de las personas: Sirvent Asensi et al. (2017) este principio trata de explicar cuál es la influencia del personal en una empresa ya que no solo se encargan de realizar su actividad, sino más bien de otorgar un aporte muy importante para el crecimiento de una organización.

La motivación del personal es clave, ya que debido a esto algunos trabajadores quien al observar que en su centro de trabajo se otorgan un sistema de plan de incentivos y de reconocimientos hacia los trabajadores, estos se sentirán más a gusto y ayudarán a mejorar el crecimiento de este. Sin estas dos acciones, rara vez una organización lograra conseguir el compromiso de su personal. Tener el compromiso de las personas dejaran beneficios como, tener diferentes mejoras en lo que respecta la eficacia y la eficiencia de los procesos que se realicen, valoración del personal y un personal con deseos de siempre a participar.

Enfoque a procesos: Sirvent Asensi et al. (2017) “Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso” (p.14)

Esta es una de las razones por la cual las empresas deben tener una estructura realizada mediante los diferentes procesos que, garanticen el logro de los objetivos, además este principio tiene relación con la mejora continua ya que ambas abarcan tener éxito dentro de la organización,

Principales procesos en restaurantes

Operativo: El autor Yacelga (2016) menciona el siguiente concepto: Este proceso, es la que genera como resultado final el bien o servicio para el mercado.

Los insumos o materia prima que sería en este caso, más la transformación de la misma se obtiene el resultado final.

En el caso de los restaurantes cuando se habla de procesos operativo se refiere a las diferentes áreas que existen dentro de un restaurante como son en la cocina, en las bodegas, o el Servicio, ya que es importante el uso de la materia primas, la cual al transformarlos se puede llegar a la elaboración de los diferentes platos.

Administrativo: El autor Yacelga (2016) menciona el siguiente concepto:

“Los procesos administrativos son también muy frecuentes y están ligados bajo la dirección y crecimiento de la empresa, por ejemplo un proceso administrativo dentro de un restaurante es el cambio del menú cada cierto tiempo” (p.56)

El cambio del menú sirve para poder ser un restaurante innovador y diferenciarse a las demás organizaciones del rubro.

Mejora: Una mejora continua que englobe todo el desempeño laboral de una organización siempre debería estar como objetivo permanente de cualquier organización.

Sirvent Asensi et al. (2017) menciona: “Existen 02 tipos de mejora: **Mediante un avance tecnológico** y, **Mediante la mejora del proceso productivo**. Alcanzar mejores resultados no es labor de un día, más bien se trata de proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos”. (p. 5)

Entre los ejemplos de mejora continua está la de la implementación de mejora de imagen, mejora de elaboración de procesos, mejora de infraestructura, mejora

administrativa, y la mejora de atención al cliente, piezas claves de gestionar mejor la calidad, si una mejora continua no puede situarse una organización en el alto nivel de competencia.

Toma de decisiones basadas en la evidencia: Sirvent Asensi et al. (2017) ofrece el siguiente concepto: “Toda decisión que impacte a la calidad del producto debe ser tomada ante un hecho previo que garantice o reduzca la posibilidad de un error”. (p. 6)

Para la toma de decisiones es recomendable basarse en un plan de análisis de los datos y la información que se tenga disponible. El proceso que no se puede medir es aquel que no se logra controlar, asimismo lo que no se lograría controlar se convertiría en un caos, esto siempre se tiene que recordar.

Según los autores Sirvent, Gisbert & Pérez, se debe tomar una decisión en base a anteriores resultados y esto por supuesto se tiene que realizar por parte del líder de la organización quien es la que asume las responsabilidades, en torno a la decisión que tome, por lo cual, solo una pequeña parte del personal puede interferir.

Gestión de las relaciones (relación con los proveedores): La buena relación que se tenga de parte de la organización con los proveedores será interdependiente, realizar una relación mutua beneficiara y aumentará el desempeño y la capacidad de ambas partes. Es muy necesario poder desarrollar siempre alianzas estratégicas con todos los proveedores para así ser más competitivos y poder mejorar su productividad o la rentabilidad. En estas alianzas, siempre gana la organización, como también los proveedores.

Una buena relación con los proveedores, garantizara que estos siempre le brinden productos de calidad, adecuados, para que si solo organizaciones tengan la preocupación de mantener mejor relación con los clientes mediante la excelente atención y la satisfacción de sus necesidades. (Sirvent Asensi et al, 2017)

2.2.3.3. Enfoques de gestión de calidad

Según el libro de Cesar Camisón & Sonia Cruz, Tomas González titulado: “Gestión de la calidad conceptos, enfoques, modelos y sistemas” detalla enfoque de gestión de calidad y se refiere a ellos como elementos de calidad que más que todo hacen que la realización de los principios de calidad se revise, esto relacionándolo con cada concepto de gestión de calidad (Camisón et al, 2006)

Enfoque como Inspección: Este nivel hace referencia a el sistema de inspección el cual es encargado de poder revisar aquellos productos deficientes, y poder tener un mejor control de calidad, con el fin de ofrecer productos en buen estado. (Sirvent Asensi et al, 2017)

Su objetivo central de este enfoque es de evitar que productos con errores lleguen al cliente final, se debe garantizar a priori la calidad de elaboración y separar productos defectuosos para su reproceso o desecho

Las empresas deben demandar a un personal encargado de este nivel, ya que también podría ser un grupo de personal común, esto relacionándolo a la micro y pequeña empresa, ya que no cuentan con una gran cantidad de personal.

Dentro de los restaurantes según varios informes y páginas web que hacen referencia a la inspección de calidad dentro del restaurante exponen lo siguiente: se debe inspeccionar cada alimento, así también como todos los espacios donde se realiza la preparación de esta, que en todo caso es en la cocina, y, por último, y más importante la inspección del producto final. (Bumerán Perú, 2016)

Enfoque como Control de calidad: Se puede determinar que deficiencia se está realizando dentro del proceso de elaboración de algún producto ya sea material o comestible, es por eso que tener el control de la calidad va de la mano con el primer nivel ya que todas garantizará un crecimiento en la organización. Determinar la capacidad en que se encuentra un proceso es de vital importancia para no tener complicaciones con los clientes.

Según las investigaciones de la universidad de Ohio logro identificar los puntos más importantes de control de calidad dentro de un restaurante esta la perfección de alimentos perecibles y los siguientes:

- Practicar la higiene personal
- Preparación y cocimiento de alimentos adecuadamente
- Lograr mantener alimentos a temperaturas adecuadas
- Rechazar aquellos alimentos que vienen de fuentes inseguras

Camisón et al. (2006)

Enfoque en Aseguramiento de la calidad: Camisón et al. (2006) este autor menciona que en el aseguramiento de la calidad de la organización participan casi todos los departamentos de la empresa, no solo los que son de calidad de los productos sino toda la organización, esto porque ofrecer la mejor calidad de productos les corresponde a todos en conjunto como empresa que son en general, tanto la mano directa del personal como el de la dirección administrativa se ven requeridas , es importante mencionar que existen sub procesos referente a este enfoque , como son , recepción de los clientes , además de la realización de la comanda , realización del producto dentro de la cocina , entrega de los productos hacia los clientes en la sala comedor.

Enfoque de Calidad total: Abarca todo el ámbito de la organización, ya no solo enfocarse en la calidad de los productos, si no en todos los espacio y áreas pertenecientes a la organización, cuando se habla de calidad total se hace referencia también a la mejora continua , logrando la calidad de todas las áreas esto gracias a las implementaciones de los principios de gestión de calidad de la norma ISO 9001(2015) pero claro siempre con el enfoque de satisfacer las necesidades de los clientes , ya que todo siempre gira alrededor de él. (Camisón et al, 2006)

2.2.4 Atención al cliente

Zapatero (2016) se puede definir como atención al cliente aquel conjunto de las actuaciones mediante el cual una empresa ejerce la relación entre trabajadores y clientes

las cuales pueden ser actuales o potenciales, ya sean antes o después de hacer la compra del producto, con la finalidad de lograr un alto nivel de satisfacción.

Ariza & Ariza (2015) en el libro titulado “Información Y atención al cliente” servicio al cliente podemos encontrar el siguiente concepto sobre atención al cliente “Atención al cliente es la articulación sistemática y armoniosa de los procesos y acciones que buscan lograr la satisfacción del cliente. El servicio es más que amabilidad y gentileza, es disposición a servir con efectividad.” (p. 73)

El cliente: Entendemos por cliente a dicha persona que requiere algún producto o algún servicio además de que es el elemento fundamental de cualquier organización.

La revista Saucedo (2014) brinda el concepto de que un cliente se refiere a la persona que requiere algún producto con el fin satisfacer alguna necesidad y a la vez también solicitan algunos servicios que son brindados personas u organizaciones.

2.2.4.1 Estrategias de atención al cliente

- **La Amabilidad:** Tener una relación amable con los clientes, desarrolla una ventaja competitiva , porque los servicios o productos que desean adquirir tienen diferentes perfiles, ya sea en cuanto a tecnología y otras de las características de comercialización iguales , pero lo que permite que una empresa sea importante , es el trato brindado a los clientes , el autor Gómez (2009) menciona: “No discuta con los clientes, escuche los reclamos. La amabilidad y la empatía son muy importantes. Nadie le ha ganado la discusión a un cliente.”

Es un elemento importante del buen servicio que puede ofrecer cualquier organización. Escuchar a los clientes, hacerles sentir que son importantes. No hay nada mejor hacerlos sentir importantes. En la actualidad se puede observar que las personas son menos cortés que antes, así que en una organización es muy importante ser amables con los clientes al momento de ofrecer el servicio de atención al cliente. Usar frases de cortesía y actuar siempre de una manera formal.

Al momento de entablar una conversación con los clientes, centra toda la atención posible en ellos. Uno de los errores que comete el personal de es hablar con alguien distraerse en cualquier simpleza. Procurar hablar siempre de una manera agradable y también sonreír cuando se hable personalmente con ellos también cuando se comuniquen por teléfono.

- **La Atención Personalizada:** “Ofrecer un servicio personalizado y capaz de superar las expectativas de los usuarios es una de las principales responsabilidades de los trabajadores en contacto directo con los clientes” (Blanco, 2010)

Ofrecer la atención de manera personalizada permite saber a los clientes que no se le está tratando como si fuese un cliente más, al contrario que se le está tomando en cuenta sus gustos, preferencias y necesidades particulares. Lo cual gracias a esta clave de atención se le permite tener una mejor experiencia dentro de la organización.

- **La rápida atención:** Arturo (2013) esta fase se refiere atender inmediatamente al cliente apenas éste ingrese al local de cualquier negocio.

Las pautas que toda organización debe seguir para garantizar una atención rápida al cliente son las siguientes: acercarse al cliente y comunicarle que enseguida se le estará atendiendo, se le brinda tomar asiento o simplemente darle la carta del menú para hacerle saber que hemos notado su presencia y que en la brevedad posible se le va a atender.

Consejos para brindar una rápida atención al cliente:

- Crear procesos simples y eficientes: Mientras sean mucho más simples y eficientes los procesos, se le atenderá más rápido al cliente.
- Tener el número adecuado de personal: Para que la rapidez de atención al cliente se debe contar en la organización con una gran cantidad de personal para que fluyan de manera más eficaz las tareas asignadas.
- Delegar autoridad: Se debe encargar el tema de quejas y reclamos que ocurran en la organización a un solo trabajador sin que el este consultando a las autoridades superiores de la organización sobre que decisiones tomar.
- Incentivar el trabajo en equipo: Se debe encargar y establecer realizar actividades en grupo ya que el sería de mal gusto para el cliente observar problemas entre los trabajadores de la organización.

- **Respuesta:** Los autores Charlie Dawson y Sean Meehan (2002), realizaron un artículo del tema “Business Strategy Review” en el año 2002, donde exponían que se debía de tener una capacidad de respuesta inmediata, de forma precisa y ágil en el momento.
- **Ágil:** ya que los clientes están siempre a la espera de una respuesta rápida, y es por eso que no se debe demorar mucho en responder a la necesidad del cliente
- **Precisa:** poderle dar una respuesta directa sin rodeos, intentar darle la respuesta que los clientes quieren oír.

Además, esta estrategia alude a la disposición y capacidad de ayudar a los clientes para proveerlos de un servicio de acuerdo con sus necesidades de tiempo.

- **La satisfacción al cliente:** Tratar de cumplir todas las necesidades de los clientes otorgaran una mejor atención y establecer un lugar de armonía al cliente.

De esta manera, las organizaciones que pretendan alcanzar altos niveles en la calidad del servicio que ofrecen deben prestar, en consecuencia, una especial atención a las dimensiones del servicio en las que se fijan los clientes para juzgar su calidad. Zapatero (2016)

2.2.4.2. Claves básicas de atención al cliente

Las organizaciones siempre tienen que estar siempre preparadas para aplicar una buena atención a los clientes, es por eso que a continuación se dan un a clave para garantizar un óptimo servicio al cliente. (Entrepreneur, 2018)

- **La Satisfacción del cliente:** Siempre hay que trabajar día a día para arreglar otorgar un buen servicio al cliente siempre es bueno recordar que los consumidores son una

de las personas más importantes en cualquier negocio ya que sin ellos no existiría. Dos Santos (2016)

- **Trabajo es trabajo:** Esta clave se refiere a que siempre se tiene que dividir lo personal y lo profesional no dejar que los problemas personales afecten en nuestro trabajo ya que de eso depende como nos desempeñemos laboralmente para poderle brindar al consumidor un buen tipo de servicio y así volverá siéndole fiel a la organización. (Dos Santos, 2016)
- **Ser cortés:** Está clave da pautas del recibimiento que debe tener cada cliente en una tienda ya que el de que ingresa así haya mucha o poca gente los vendedores le deben brindar un saludo de bienvenida para poder generar confianza en los clientes y así sepa a quién socorrer en caso de necesita alguna ayuda. (Entrepreneur, 2018)
- **Los clientes no se juzgan:** Todas las personas que ingresan un local se tienen que tratar siempre por igual no se puede calificar ya sea por su vestimenta o por el tipo de apariencia que tiene ya que esto ocasionaría perder un cliente en el negocio, la idea de esto es poder atender un buen ánimo ofreciendo un servicio o un producto que se acentúe el cliente ya que muchas veces en diferentes organizaciones los clientes se han sentido juzgados por los pedidos que han realizado. (Entrepreneur, 2018)
- **Clientes autónomos:** La comodidad que todo consumidor debe tener es una parte fundamental de cualquier organización porque siempre se debe dar un paso al lado para que pueda realizar sus compras, la presentación del empleador es importante, debe ofrecer su ayuda si lo requiera de su atención presionar no es correcto lo mismo que perseguirlos y eso solo provocará que se vaya a otra tienda.(Chaccomm,2015)

- **El cliente tiene la palabra:** Siempre se debe escuchar a los clientes cuando necesitan ante alguna ayuda que requieran los clientes, es deber de los empleados socorrerlos, uno de los errores es interrumpir al cliente cuando está realizando un pedido, ya que esta compra no se daría y es por eso que el cliente siempre tiene la palabra hay que saber esperar a que termine de hablar el cliente para luego preguntar y exponer alguna sociedad. (Entrepreneur, 2018)
- **Adaptarse a cada cliente:** Esa clave de la adaptación se refiere de que la mayoría de las personas no tienen tonos diferentes y que no pueden ser tratados por igual por eso necesario que los empleadores siempre vayan a un mismo ritmo. El vendedor siempre tiene que ser hábil y tener muchos estilos para cada persona. (Entrepreneur, 2018)

2.2.5 Micro y Pequeña Empresa (MYPE)

Herrera (2015), “La Micro y Pequeña Empresa (MYPE), es la unidad económica formada por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.” (p.69)

Cuando hablamos de MYPE nos referimos a una unidad comercial formada por una persona que puede ser natural con el fin de crear actividades con el fin comercia

La MYPE en el Perú en la actualidad se incrementó de poco a poco, está emergiendo gracias a la globalización y gracias a las actividades económicas que aportan

personas de origen extranjero lo cual llegan con el fin de intentar establecer micro y pequeñas empresas en el país. esas acciones ayudan a poder incrementar la economía.

2.2.6.1. Características de las MYPE:

Herrera (2015) describe que las MYPE deben reunir las siguientes características que se mencionan a continuación: La micro empresa y la pequeña empresa se rigen en el Perú por la Ley MYPE (Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa), donde establece cual debe ser el total de trabajadores:

- Microempresa: Esta Formada de una (1) hasta diez (10) personas.
- Pequeña Empresa: Esta formada de una (1) hasta cincuenta (50) personas.

2.2.6 Restaurante

Se considera restaurante al lugar en donde se ofrecen diferentes platos o alimentos a cierta cantidad de consumidores con el fin de realizar una transacción económica de compra y venta. Está conformada por: gerente, mesero y personal de limpieza.

El mundo existe diferentes tipos de restaurantes cada uno ofrecen diferentes platos o temáticas, pero todos con el fin de contribuir a lograr satisfacer la necesidad de sus clientes que este caso sería disgustando la variedad de platos que se les ofrezca. Un restaurant es aquel que realiza una actividad que consiste en preparar diferentes servicios como pueden ser de comidas o bebidas en un establecimiento.

Esta industria de los restaurantes hoy en día se encuentra en constante crecimiento ya sea en crecida de establecimientos como también en la cantidad de ingresos que

reciben. Aunque también, existe más competencia y ahora los clientes son más exigentes en lo que se refiere a la calidad del servicio gourmet.

Algunas de las pautas para lograr tener éxito son las siguientes:

- Tener seguridad al momento de preparar y ofrecer los platos.
- Servicio rápido.
- Buena calidad en lo que respecta calidad y precio.
- Tener un horario extendido. (Dedios,2019)

2.2.6.1 Tipos de restaurantes

En el mundo de los restaurantes existen diferentes tipos de estrategias para hacerse más popular entre la competencia de rubro una de ellas es la temática, que tipo de comidas ofrecer a los clientes es por eso que existen diferentes tipos de restaurantes:

- **Restaurante de tipo familiar:** Son aquellas que están formadas por personas que están con el sueño de emprender en un negocio nuevo. (Cursos Gastronomía, 2019)
- **Restaurante de comida rápida:** Cursos Gastronomía (2019) como ya se sabe, en la actualidad la mayor parte de restaurant están dentro de esta clasificación, porque la preparación de sus alimentos es más sencilla y sus procesos se estandarizan, en diferencia de restaurantes de tipo gourmet, la característica principal es la preparación artesanal, platos que suele ser el atractivo principal siempre.
- **Restaurantes Gourmet:** En este tipo de restaurantes es en donde se ofrecen los productos de alta calidad tanto en los platos servidos a la mesa como con el servicio también es denominado, restaurante de primera clase. (Cursos Gastronomía, 2019)

III. HIPÓTESIS

No se utilizó Hipótesis porque ser un tipo de investigación no experimental.

Barrera (2013) afirma que: los tipos de investigación (exploratoria, descriptiva, analítica y comparativa) no se formulan hipótesis porque allí no se trabaja con relaciones de causa y efecto, y ya se vio en las definiciones antes mencionadas que, en su concepción original, las hipótesis implican relaciones de causa efecto, por lo tanto, sólo se pueden formular en las investigaciones donde están implicadas este tipo de relaciones.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

La investigación fue de tipo cuantitativo el concepto de Cardenas (2018) esa: la investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede.

El nivel de investigación que se realizó fue de nivel descriptiva, consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y persona. (Sánchez et al, 2018)

El diseño de la investigación fue no experimental transversal según el autor Sánchez et al (2018) es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

Donde:

M: muestra, ya que es un subconjunto o una pequeña parte de la población en la cual se realizará la investigación.

O: observación, se refiere a la acción que da el movimiento a la persona que la fórmula es decir aporta poder estudiar como desarrolla, la eficacia en la enseñanza, entre otras cosas.

4.2 Población y Muestra

4.2.1 Población:

Según el autor Merino (2015) la población se refiere aquellos grupos de personas que se localizan un determinado lugar. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar.

Para la investigación se consideraron 2 poblaciones:

P1: La población para la variable gestión de calidad se consideró finita y fueron los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica.

P2: Para la variable atención al cliente se consideró infinita y fueron los clientes que asisten al Restaurante cevichería Rosa Náutica.

4.2.2 Muestra

Según Tamayo y Tamayo (2006) se refiere a las diferentes operaciones que en conjunto permiten estudiar la totalidad de una población, ya sea universo o colectivo, observando solo una fracción de la población que se ha considerado.

Para la investigación se consideraron 2 muestras:

M1: En la variable de gestión de calidad la muestra fueron los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica que tienen una población de 6 personas. La cual se consideró una población finita debido a que se conoce exactamente quienes participaron.

M2: En la variable de atención al cliente parte de la muestra fueron los clientes, que aún se desconoce y es por eso que se considera infinita. Al aplicar la fórmula dio como resultado 68 clientes. Según, Romero (2016) menciona que la fórmula infinita se realiza cuando se desconoce la cantidad de la población, para determinar la cantidad de personas a encuestar se aplica la fórmula infinita:

Formula

P = probabilidades de concurrencia: (0.50)

q= probabilidades de no concurrencia: (0.50)

e= Que equivale al 10% del margen de error

Z= Que equivale al 90% al grado de confianza (valor estadístico 1.645)

n= Factor valor por determinar

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.10^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.50 \times 0.50}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68$$

4.3. Definición y operacionalización de variables e instrumentos

Cuadro 1: Matriz de operacionalización de variables (Gestión de Calidad)

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	INTRUMENTO
Gestión de Calidad	Hernández et al (2018) “La gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente” (p.180)	Principios	Enfoque al Cliente	1. ¿Usted se enfoca en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del Restaurante Cevichería Rosa Náutica?	trabajadores	CUESTONARIO
			Liderazgo	2. ¿Usted cree que se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica?		
			Participación y Compromiso de las personas	3. ¿Cree que existe una motivación por parte del gerente para su optima participación dentro del Restaurante?		
			Enfoque a procesos	4. ¿Usted se adecua en desarrollar parte los procesos que tiene el restaurante Cevichería Rosa Náutica?		
			Mejora	5. ¿Ah observado una mejora continua del Restaurante Cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo?		
			Tomas de decisiones basadas en la evidencia	6. ¿Se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en él restaurante Cevichería Rosa Náutica?		
			Gestión de las relaciones	7. ¿Cree usted que tiene una buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos?		

Cuadro 2: Matriz de operacionalización de variables (Gestión de Calidad)

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	fuentes	Instrumento
Gestión de Calidad	Hernández et al (2018)“La gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente” (p.180)	Enfoques	Inspección	8. ¿Se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes?	TRABAJADORES	CUESTIONARIO
			Control de calidad	9. ¿Usted como trabajador(a) observado que el restaurante Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima?		
			Aseguramiento de la calidad	10. ¿Con que frecuencia aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes?		
			Calidad total	11. ¿Cree usted que al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos?		

Cuadro 3: Matriz de operacionalización de variables (Atención al cliente)

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	instrumento
ATENCIÓN AL CLIENTE	Ariza & Ariza (2015) “El servicio al cliente es la articulación sistemática y armoniosa de los procesos y acciones que buscan lograr la satisfacción del cliente. El servicio es más que amabilidad y gentileza, es disposición a servir con efectividad.”	Estrategias	Amabilidad	¿Los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable?	CLIENTES	CUESTIONARIO
			Atención Personal	¿La atención brindada por los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica es de una forma personal?		
			Atención Rápida	¿Los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma rápida?		
			Respuesta	¿El restaurante Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, deseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan?		
			Satisfacción	¿Los productos brindados en el Restaurante Cevichería Rosa Náutica otorgan la satisfacción y un valor prudente?		

Cuadro 4: Matriz de operacionalización de variables (Atención al cliente)

Variabl e	Definición Conceptual	Dimen siones	Indicadores	Preguntas	Fuente	INSTRUM ENTO
ATENCIÓN AL CLIENTE	Ariza & Ariza (2015) <i>“El servicio al cliente es la articulación sistemática y armoniosa de los procesos y acciones que buscan lograr la satisfacción del cliente. El servicio es más que amabilidad y gentileza, es disposición a servir con efectividad.”</i>	Claves	Satisfacción al cliente	¿El restaurante Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene?	CLIENTES	CUESTONARIO
			Trabajo es trabajo	¿En el restaurante cevichería Rosa Náutica se observa trabajadores que se distraen de sus actividades?		
			Ser Cortés	¿los trabajadores del Restaurante cevichería Rosa Náutica los atiende de una forma cortés?		
			Los clientes no se juzgan	¿Los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica lo juzgan por su vestimenta su apariencia?		
			Cientes autónomos	¿Los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica lo presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen?		
			El cliente tiene la palabra	¿Se Observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien sus pedidos?		
			Adaptarse a cada cliente	¿Se adaptan a los gustos que usted tiene?		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para esta investigación fue mediante la encuesta.

Según López-Roldán & Fachelli (2015) se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.

El instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario, es un instrumento muy popular como recurso de investigación para la recolección de información es un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible.(López-Roldán & Fachelli, 2015)

Para el recojo de la información de la investigación se aplicaron 2 cuestionarios, uno aplicado a los trabajadores y el otro aplicado hacia los clientes.

El cuestionario estuvo compuesto en total por 23 preguntas:

- 11 preguntas dirigidas hacia los 06 trabajadores referente a la variable gestión de calidad
- 12 preguntas dirigidas hacia los 68 clientes referente a la variable atención al cliente.

4.5. Plan de análisis:

Se utilizó el análisis descriptivo de los datos que se obtuvo de la encuesta y cuestionarios, aplicados a los trabajadores y clientes del Restaurante Cevichería Rosa Náutica, estos resultados fueron tabulados, y se procesaron estadísticamente para la presentación mediante gráficos estadísticos; para este procedimiento se utilizaron programas estadísticos como el programa Word, Excel y el programa SPSS para la elaboración de resultados que permitieron realizar el respectivo análisis.

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 5: Matriz de consistencia

Título	Enunciado del Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variables	Metodología
<p align="center">GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE RUBRO RESTAURANTE CEVICHERIA ROSA NÁUTICA DISTRITO SULLANA, AÑO 2019</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante cevichería Rosa Náutica, distrito Sullana, año 2019?</p>	<p>Determinar las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante cevichería Rosa Náutica, distrito Sullana, año 2019</p>	<p>Describir los principios de gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica, distrito Sullana, año 2019</p>	<p>Gestión de Calidad</p>	<p>Tipo de investigación: “Cuantitativa” Nivel de investigación: Descriptiva Diseño: No experimental-transversal</p>
			<p>Identificar los enfoques de gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica, distrito Sullana, año 2019</p>		<p>Población: P1: Trabajadores(Finita) P2: Clientes(infinita) Muestra: M1: Finita fueron 06 trabajadores. M2: Infinita: fueron 68 Clientes. $n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$</p>
			<p>Describir las estrategias de atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica, distrito Sullana, año 2019</p>	<p>Atención al cliente</p>	
			<p>Identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica, distrito Sullana, año 2019</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>	
					<p>Plan de análisis: Word, Exel y spss</p>

4.7. Principios Éticos

Ética: Es un valor muy que se debe aplicar y realizar en cualquier tipo de investigación es responsabilidad del autor llevarla y desarrollarla a cabo sin excusas alguna , desde que se realiza el tema de la planificación y la realización hasta la evaluación del trabajo de investigación además considerar los diferentes costos y beneficios que se puede obtener de este tipo de investigación que está realizando según el Código de Ética para la Investigación (versión 002) de la ULADECH (2019) nos detalla cuales son los principios que se deben realizar

Protección a las personas. – En el tema de encuesta que se aplican a las personas que son partes de la investigación donde la recolección de datos se respetará a las personas y participaran y también a las personas que no están dispuestas a colaborar ya sea por diferentes motivos.

Cuidado hacia el medio ambiente y hacia la biodiversidad. – en las investigaciones se deben cuidar las diferentes especies de seres vivos como plantas animales etc. Que estén a nuestro alrededor del investigador, además el uso de hojas reciclables contribuirá a cuidar mejor el medio ambiente.

La Libre participación y el derecho de estar informado. - En todo tipo de investigación se debe estar presente la manifestación de voluntad, inequívoca, informada, específica y libre; se solicitó el permiso a la dueña del Restaurante Cevichería Rosa

Nautica en el distrito de Sullana, con el fin de que brinden información adecuada e informarle del tipo de investigación que se realizará en su establecimiento.

Beneficencia y no maleficencia. - No se obligará, ni maltratará en forma verbal a los propietarios y colaboradores de las empresas en investigación, el mejor trato a los propietarios es parte de nuestra ética profesional.

Justicia. – tratar a todos los implicados con justicia es lo que se estará tratando en la investigación del rubro restaurante no se harán comentarios malos ni se desmerecerá el puesto de cada uno de los trabajadores para no causar inconvenientes y seguir de forma calmada nuestra recolección de datos al momento de aplica el instrumento de investigación en este caso el cuestionario

Integridad científica. – Respetar la autoría de los libros documentos y cualquier texto es deber de cada investigador.

V. RESULTADOS

5.1. Resultado

Tabla 1.

*Trabajadores se enfocan en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurante
Cevichería Rosa Náutica*

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi siempre	1	17%	17%
	Siempre	5	83%	83%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total	6	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Grafico 1.

*De los trabajadores se enfocan en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del
restaurante Cevichería Rosa Náutica*

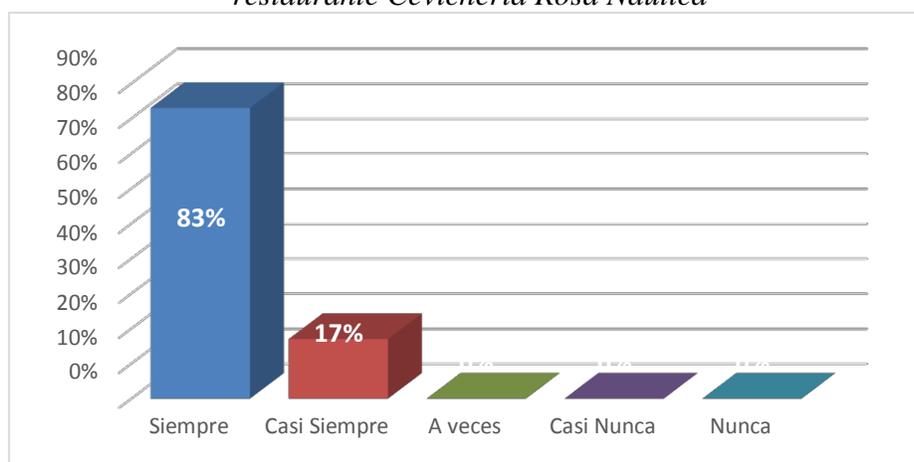


Figura 1: Gráfico de barras de se enfoca en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurante Cevichería Rosa Náutica

Interpretación:

Según tabla 1 y gráfico 1 se observa que el 83% que corresponde a 5 trabajadores encuestados respondieron que siempre se enfocan en sus clientes, asimismo el 17% que corresponde a 1 de los trabajadores respondió casi siempre realizan un enfoque en ofrece.

Tabla 2

Se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi siempre	1	17%	17%
	Siempre	5	83%	83%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total	6	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Grafico 2

De se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica

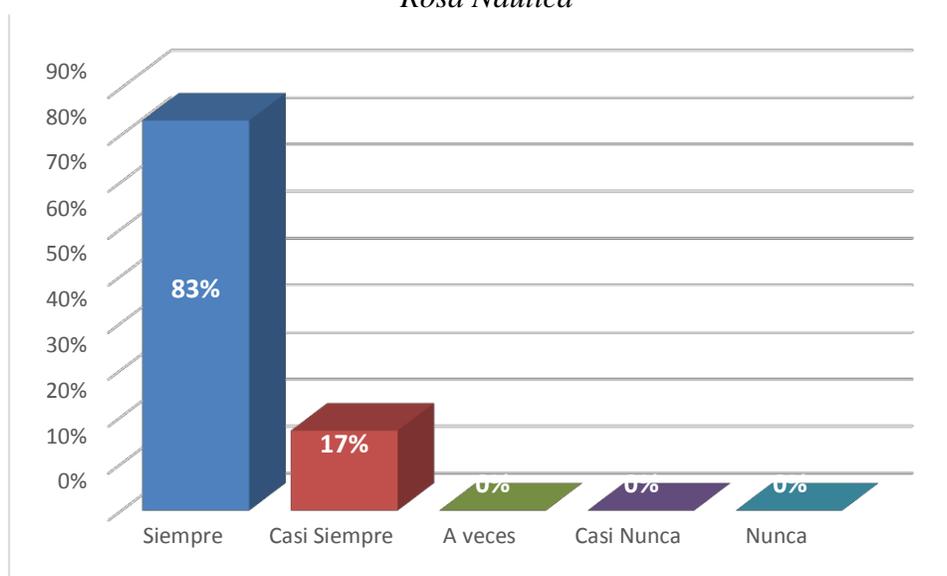


Figura 2. Grafico de barras de se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica

Interpretación:

Según tabla 2 y grafico 2 se observa que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre se ejerce un buen tipo de liderazgo, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió casi siempre.

Tabla 3

Existe una motivación por parte del gerente para la optima participación de los trabajadores dentro del Restaurante

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi siempre	3	50%	50%
	Siempre	3	50%	50%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total	6	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Gráfico 3.

De existe una motivación por parte del gerente para la optima participación de los trabajadores dentro del Restaurante

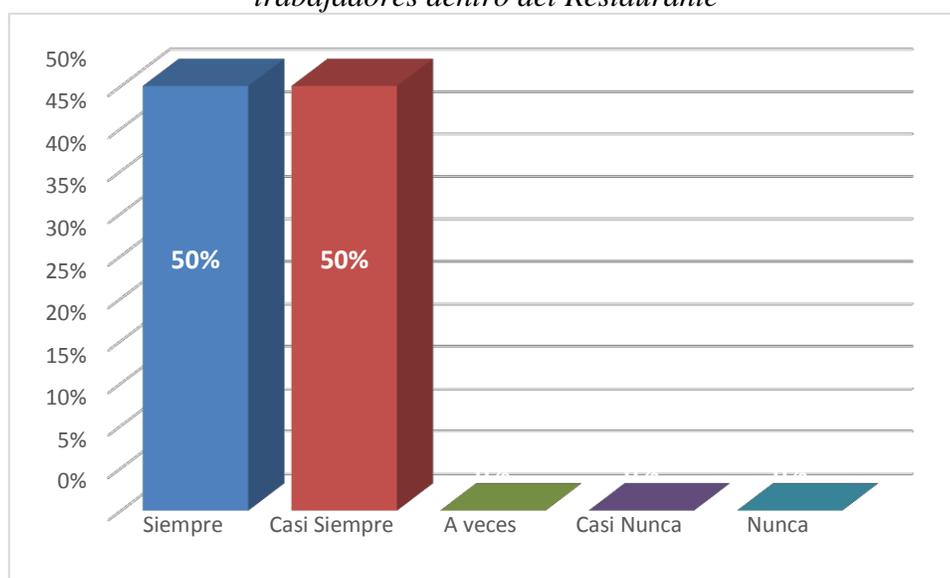


Figura 3. Gráfico de barra de existe una motivación por parte del gerente para su optima participación dentro del Restaurante

Interpretación:

Según tabla 3 y gráfico 3 se observa que el 50% que corresponde a 3 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre creen que existe motivación por parte de la dueña del restaurante y el otro 50% de los trabajadores respondieron que casi siempre existe esa motivación

Tabla 4

*Trabajadores se adecuan en desarrollar parte los procesos que tiene el Restaurante
Cevichería Rosa Náutica*

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi siempre	1	17%	17%
	Siempre	5	83%	83%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total	6	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Gráfico 4.

*De los trabajadores se adecuan en desarrollar parte los procesos que tiene el
Restaurante Cevichería Rosa Náutica*

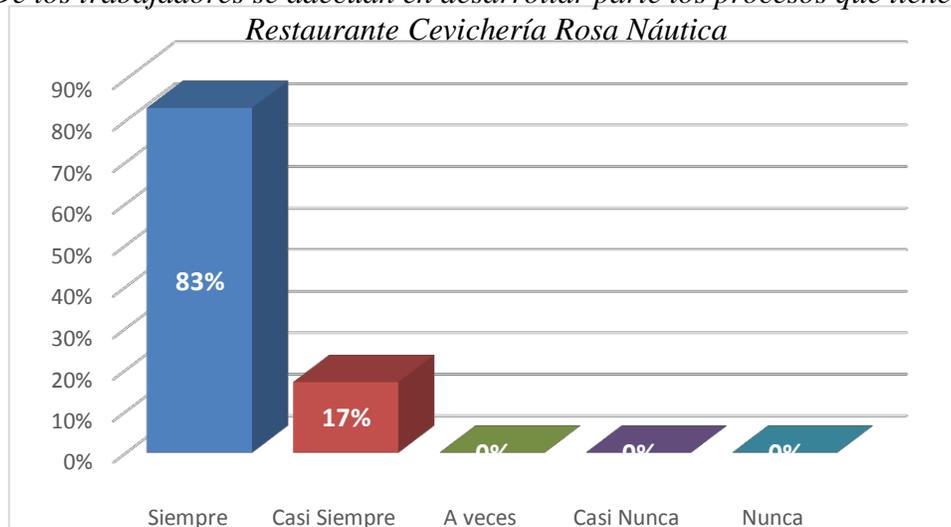


Figura 4. Gráfico de barra de los trabajadores se adecuan en desarrollar parte los procesos que tiene el restaurante Cevichería Rosa Náutica.

Interpretación:

Según tabla 4 y gráfico 4 se observa que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre se adecuan a los procesos que se desarrollan dentro del restaurante, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre lo hacen.

Tabla 5

Se ha observado una mejora continua del restaurante Cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	6	100%
	Casi Siempre	0	0%
	A veces	0	0%
	Casi Nunca	0	0%
	Nunca	0	0%
	Total	6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Gráfico 5.

De se ha observado una Mejora continua del restaurante cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo

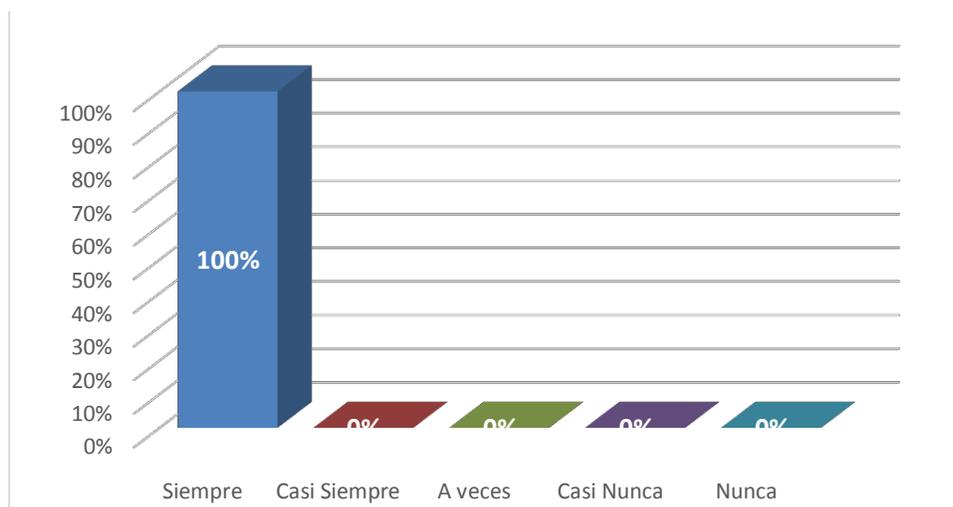


Figura 5. Gráfico de barra de se ah observado una mejora continua del restaurant Cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo

Interpretación:

Según tabla 5 y grafico 5 se observa que el 100% que corresponde a 6 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre se ha observado una mejora continua en el restaurante.

Tabla 6

Se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en el restaurante Cevichería Rosa Náutica

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi Nunca	1	17%	17%
	A Veces	4	66%	66%
	Casi Siempre	1	17%	17%
	Siempre	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Gráfico 6.

De se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en el restaurante Cevichería

Rosa Náutica

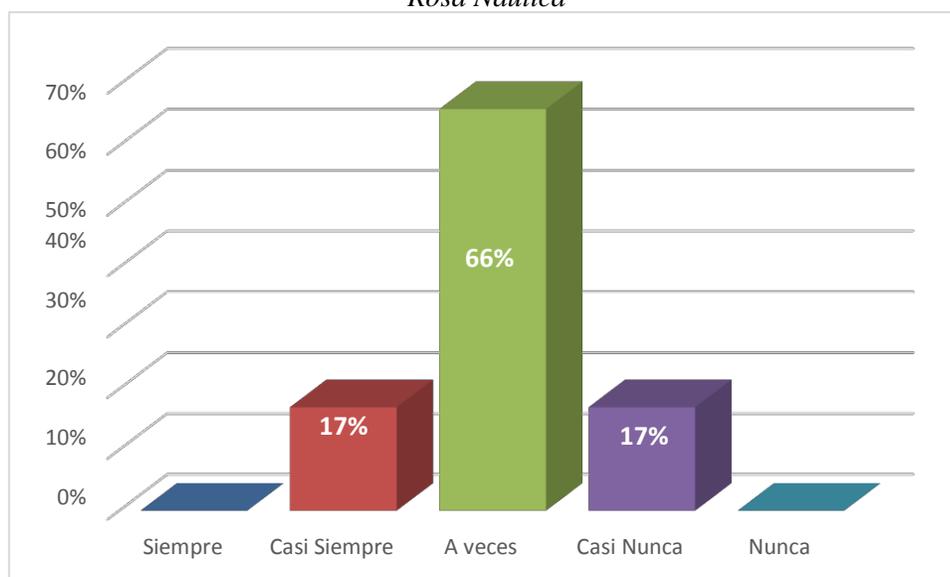


Figura 6. Gráfico de barras de se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en el restaurante Cevichería Rosa Náutica

Interpretación:

Según tabla 6 y gráfico 6 se observa que el 66% que corresponde a 4 de los trabajadores encuestados respondieron que a veces se toman en cuenta sus opiniones en el restaurante, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre se toman en cuenta sus opiniones, y 1 trabajador casi nunca.

Tabla7

Buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi siempre	1	17%	17%
	Siempre	5	83%	83%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total	6	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Gráfico 7.

De buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos

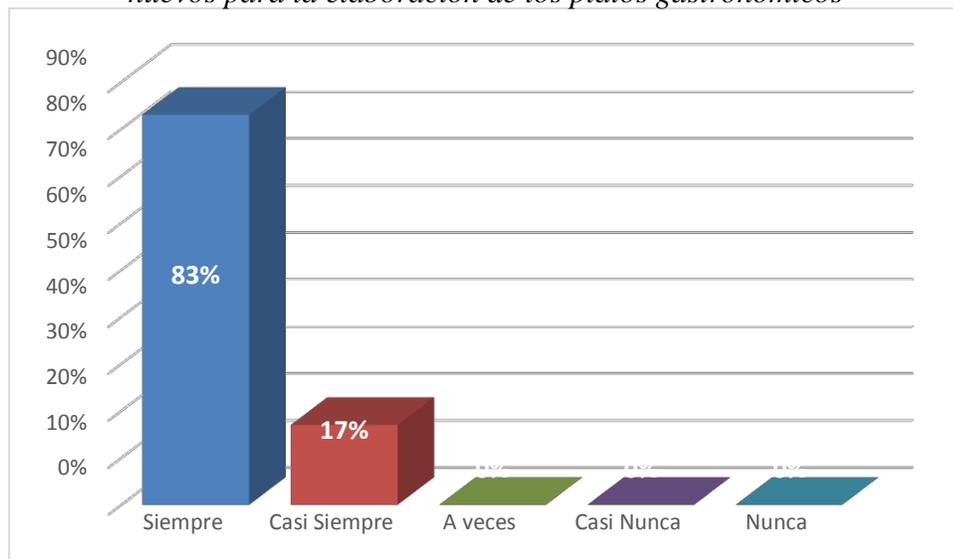


Figura 7. Gráfico de barra de una buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos

Interpretación:

Según tabla 7 y grafico 7 se observa que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que al momento de adquirir todo tipo de productos, se tiene una buena relaciona de parte del Restaurante hacia los proveedores el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre existe una relación mutua.

Enfoques de gestión de calidad

Tabla 8

Se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi siempre	1	17%	17%
	Siempre	5	83%	83%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total	6	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Gráfico 8.

De se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes

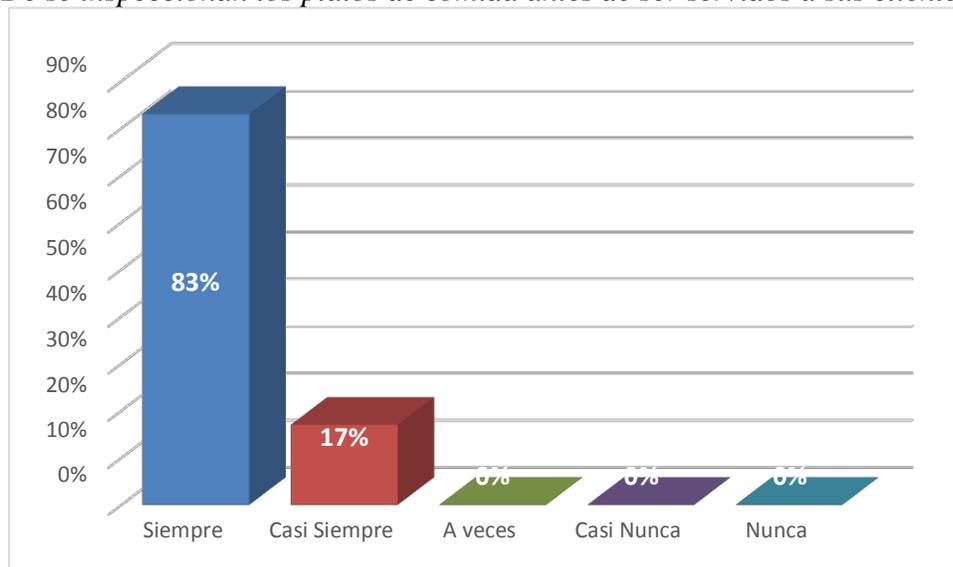


Figura 8. Gráfico de barra de se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes

Interpretación:

Según tabla 8 y gráfico 8 se observa que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre existe una inspección de los platos de comida que se ofrecen en el restaurante, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre existe una inspección de los platos de comida que se ofrecen en el restaurante.

Tabla 9

Trabajador(a) ha observado que el restaurante Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi siempre	1	17%	17%
	Siempre	5	83%	83%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
Total		6	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Gráfico 9.

De trabajador(a) ha observado que el restaurante Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima

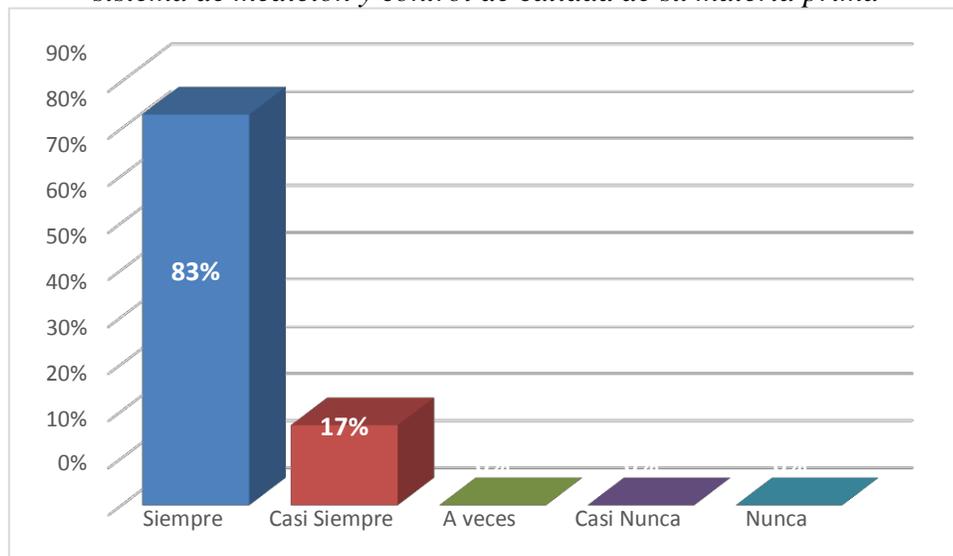


Figura 9. Gráfico de barra de trabajador(a) observado que el restaurante Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima

Interpretación:

Según tabla 9 y gráfico 9 se observa que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre implementa un sistema de medición y control de calidad de sus productos, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre implementa un sistema de medición y control de calidad de sus productos.

Tabla 10

Aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi siempre	1	17%	17%
	Siempre	5	83%	83%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Grafico 10.

De aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes

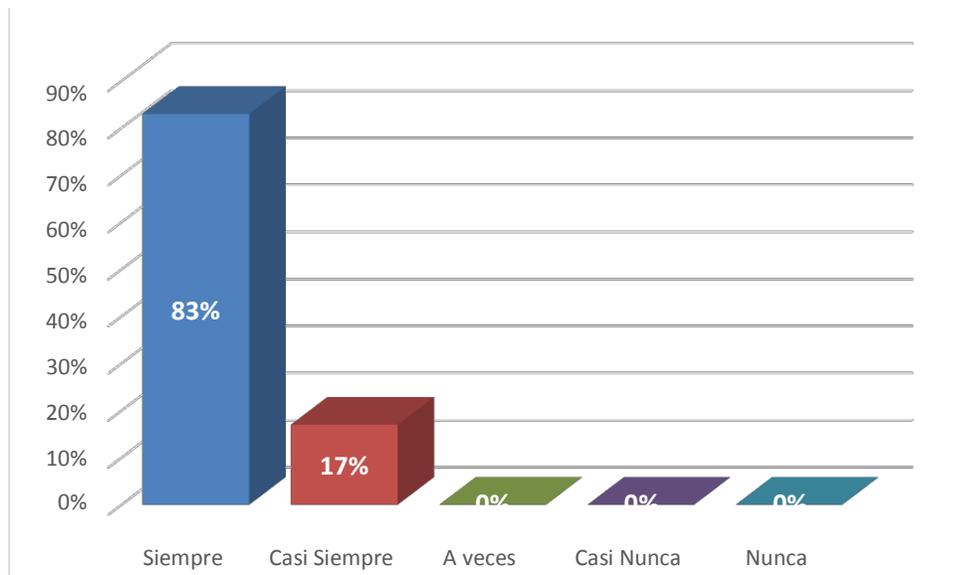


Figura 10. Gráfico de barra de aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes

Interpretación:

Según tabla 10 y grafico 10 se observa que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes.

Tabla 11.

Al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi Siempre	2	33%	33%
	Siempre	4	67%	67%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Investigador

Gráfico 11.

De al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos

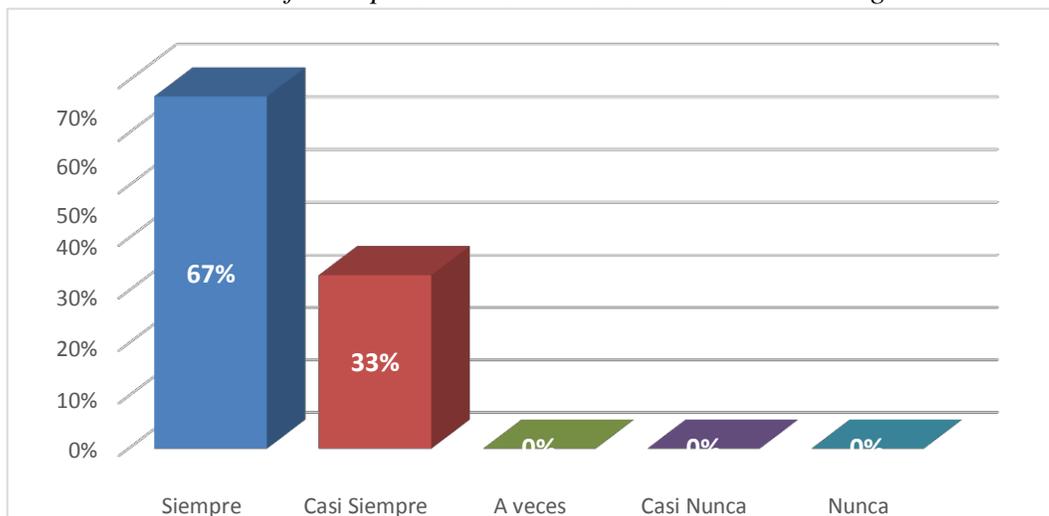


Figura 11. Gráfico de barra de al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos

Interpretación:

Según tabla 11 y gráfico 11 se observa que el 67% que corresponde a 4 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre tiene la idea de que ofrecer productos de calidad será más rentable económicamente y realizan un control de calidad total en sus productos, el 33% que corresponde a 2 trabajador respondió que casi siempre cree esto.

VARIABLE: Atención Al Cliente

Estrategias de atención al cliente

Tabla 1

Los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Siempre	45	66%	66%
	Casi Siempre	21	31%	31%
	A veces	2	3%	3%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Investigador

Grafico 1.

De los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable

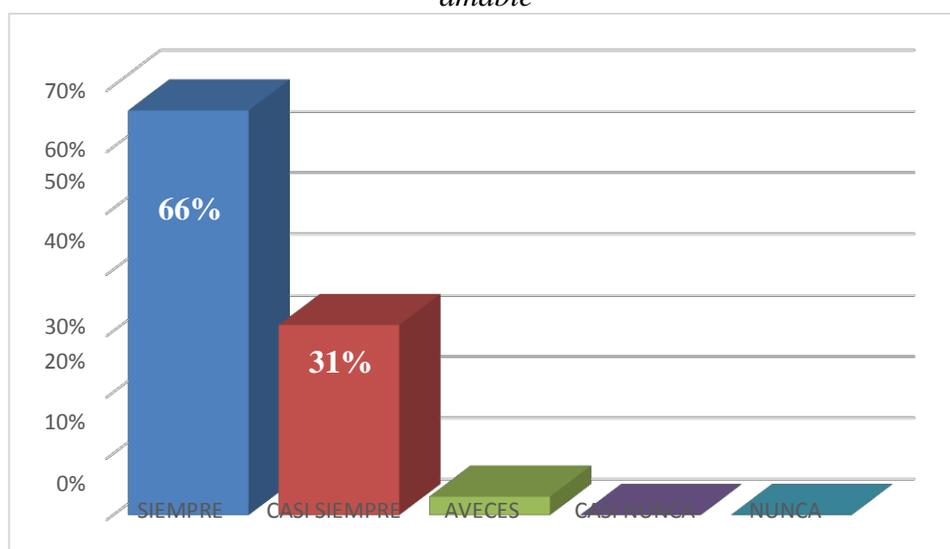


Figura 1. Gráfico de barras de se enfoca en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurante Cevichería Rosa Náutica

Interpretación:

Según tabla 1 y grafico 1 se observa que el 66% que corresponde a 45 de los clientes encuestados respondieron que siempre se les atiende de una forma amable el 31% que corresponde a 21 clientes respondió que casi siempre son amables, 2 clientes respondieron que a veces se le trata de una forma amable.

Tabla 2

La atención brindada por los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica es de una forma personal

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Siempre	57	84%	84%
	Casi Siempre	10	15%	15%
	A veces	1	1%	1%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Gráfico 2.

De la atención brindada por los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica es de una forma personal

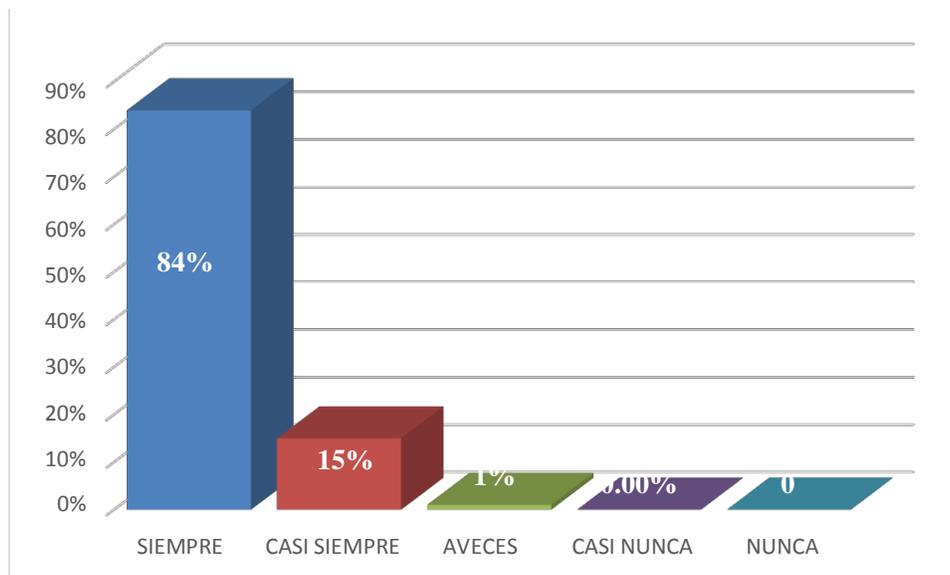


Figura 2. Grafico de barras de se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica

Interpretación:

Según tabla 2 y grafico 2 se observa que el 84% que corresponde a 57 de los clientes encuestados respondieron que siempre se les atiende de una forma personal el 15% que corresponde a 10 clientes respondió que casi siempre se les atiende de una forma personal, 1 solo cliente respondió que a veces se le trata de una forma personal.

Tabla 3

Los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma rápida

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Siempre	49	72%	72%
	Casi Siempre	17	25%	25%
	A veces	2	3%	3%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Gráfico 3.

De los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma rápida

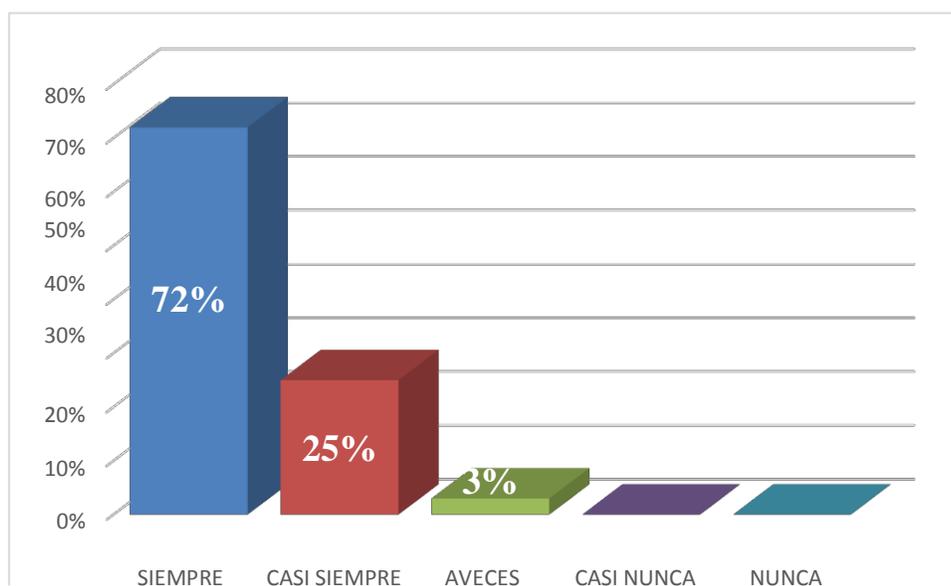


Figura 3. Gráfico de barras de existe una motivación por parte del gerente para su optima participación dentro del Restaurante

Interpretación:

Según tabla 3 y grafico 3 se observa que el 72% que corresponde a 49 de los clientes encuestados respondieron que siempre se les atiende de una forma rápida el 25% que corresponde a 17 clientes respondió que casi siempre se les atiende rápido, 2 clientes respondieron que a veces.

Tabla 4

El Restaurante Cevichería Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, deseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válido	Siempre	46	68%	68%
	Casi Siempre	19	28%	28%
	A Veces	2	3%	3%
	Casi Nunca	1	1%	1%
	Nunca	0	0%	0%
	Total	68	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Gráfico 4.

De el restaurante Cevichería Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, deseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan

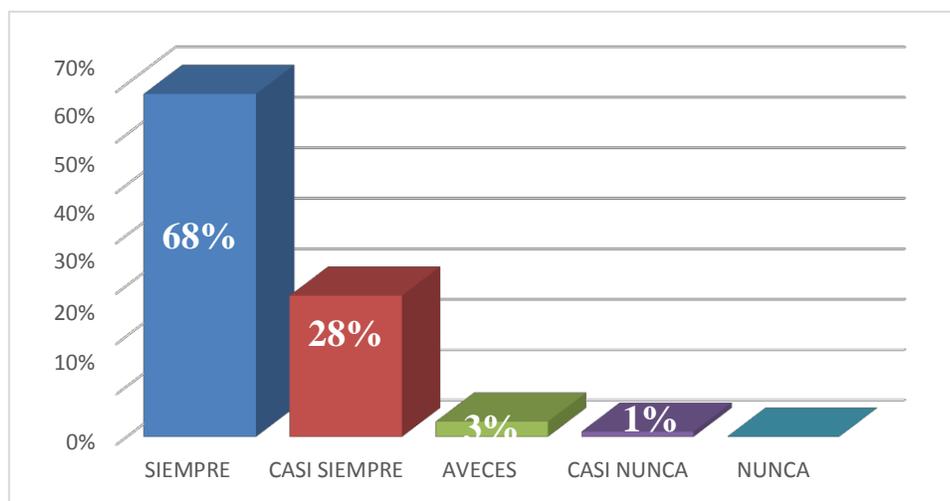


Figura 4. Gráfico de barra del restaurante Cevichería Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, deseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan

Interpretación:

Según tabla 4 y gráfico 4 se observa que el 68% que corresponde a 46 de los clientes encuestados respondieron que siempre el restaurante está de acuerdo a las necesidades que buscan, el 28% que corresponde a 19 clientes respondió que casi siempre el restaurante está de acuerdo a las necesidades que buscan, el 3% respondió que solo a veces y el 1% que casi nunca.

Tabla 5

Los productos brindados en el restaurante cevichería Rosa Náutica otorgan una buena satisfacción y tienen un valor prudente

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válido	Siempre	51	75%	75%
	Casi Siempre	17	25%	25%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Gráfico 5.

De los productos brindados en el restaurante cevichería Rosa Náutica otorgan una buena satisfacción y tienen un valor prudente

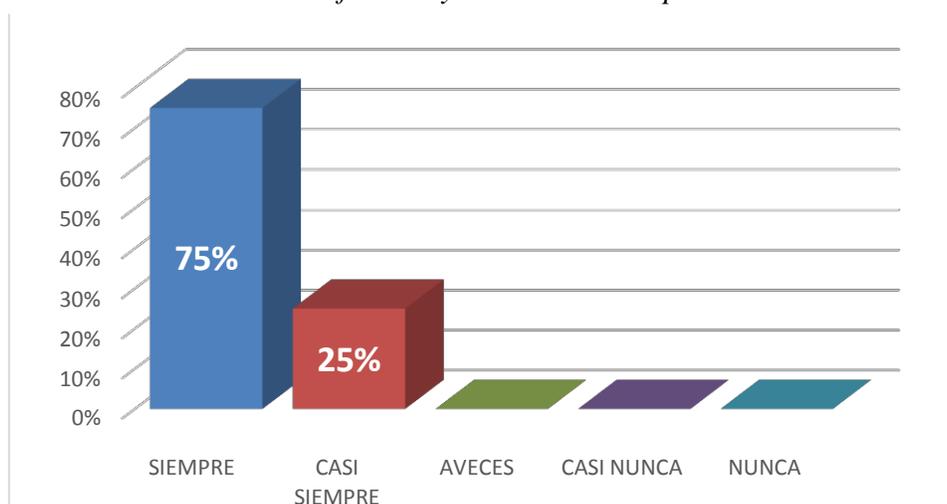


Figura 5. Gráfico de barra de los productos brindados en el restaurante cevichería Rosa Náutica otorgan una buena satisfacción y un valor prudente

Interpretación:

Según tabla 5 y gráfico 5 se observa que el 75% que corresponde a 51 de los clientes encuestados respondieron que siempre el restaurante les da una buena satisfacción en sus platos, el 25% que corresponde a 17 clientes respondió que casi siempre les da una buena satisfacción en sus platos.

Claves básicas de atención al cliente

Tabla 6

El restaurante Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válido	Siempre	47	69%	69%
	Casi Siempre	18	27%	27%
	A veces	3	4%	4%
	Nunca	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Gráfico 6.

De el restaurante Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene

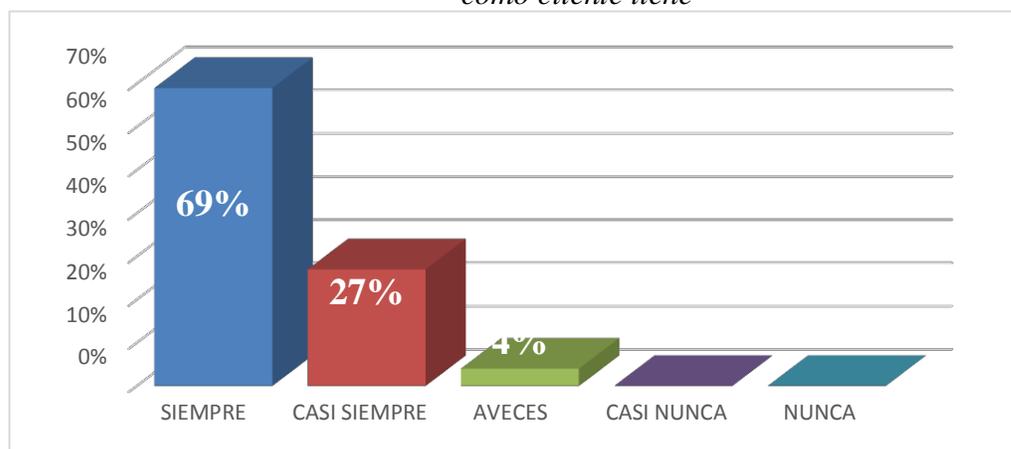


Figura 6. Gráfico de barra del restaurante Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene

Interpretación:

Según tabla 6 y gráfico 6 se observa que el 69% que corresponde a 47 de los clientes encuestados respondieron que siempre el restaurante logra satisfacer sus necesidades, el 27% que corresponde a 18 clientes respondió que casi siempre el restaurante se adapta a su necesidad, el 3% respondió que solo a veces.

Tabla 7

En el restaurante Cevichería Rosa Náutica se observa empleados que se distraen de sus actividades

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válido	A Veces	1	1%	1%
	Casi Nunca	23	34%	34%
	Nunca	44	65%	65%
	Siempre	0	0%	0%
	Casi Siempre	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Investigador

Gráfico 7.

De en el restaurante Cevichería Rosa Náutica se observa empleados que se distraen de sus actividades

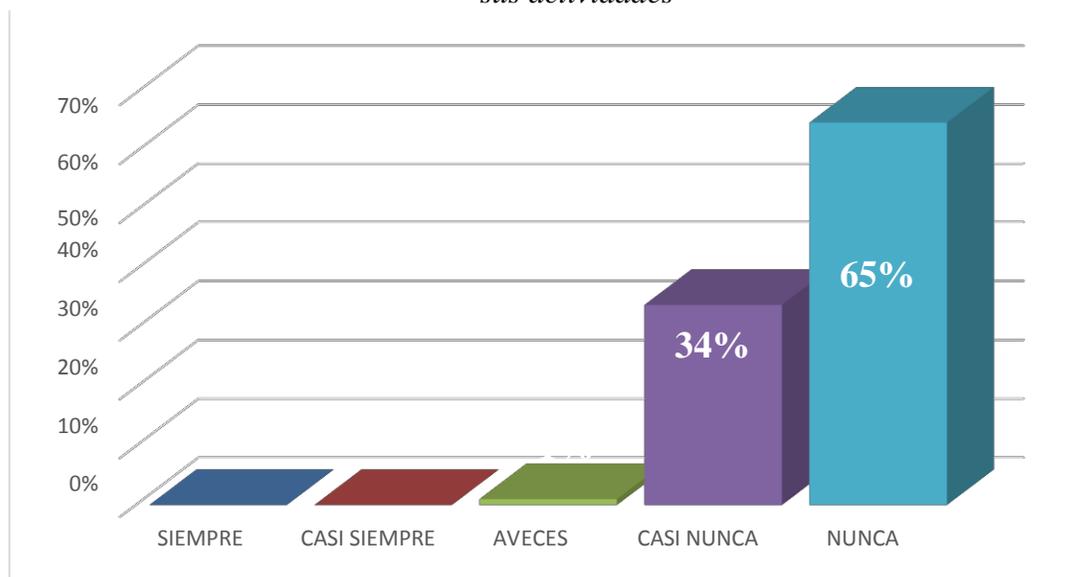


Figura 7. Gráfico de barra de en el restaurante cevichería Rosa Náutica se observa empleados que se distraen de sus actividades

Interpretación:

Según tabla 7 y grafico 7 se observa que el 65% que corresponde a 44 de los clientes encuestados respondieron que nunca se observa distracciones en los trabajadores, el 34% que corresponde a 23 clientes respondió que casi nunca y el, 1% respondió que a veces.

Tabla 8

El Restaurante Cevichería Rosa Náutica atiende a sus clientes de una forma cortés

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válido	Siempre	41	60%	60%
	Casi Siempre	25	37%	37%
	A Veces	2	3%	3%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Investigador

Gráfico 8.

Del Restaurante Cevichería Rosa Náutica los atiende a sus clientes de una forma cortés

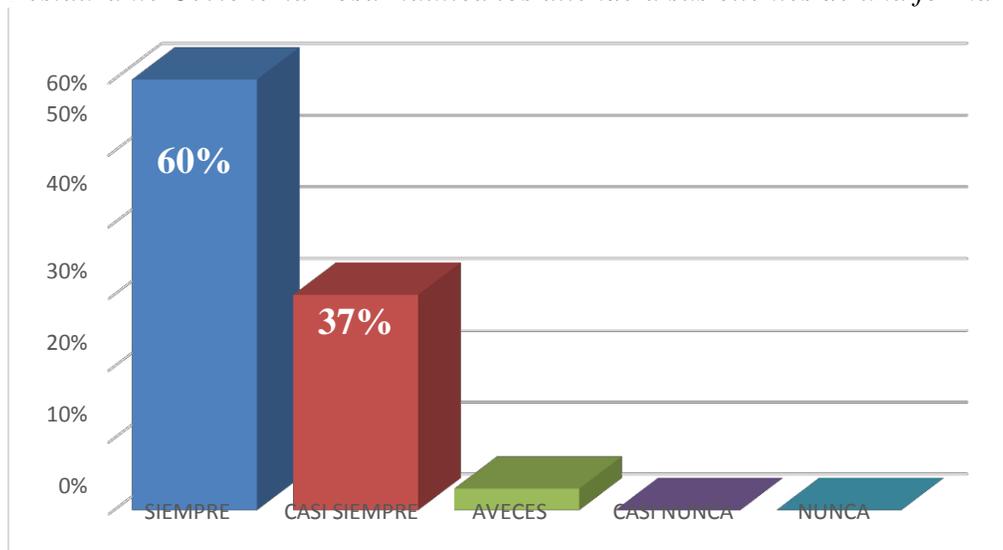


Figura 8. Gráfico de barra del Restaurante Cevichería Rosa Náutica los atiende de una forma cortés

Interpretación:

Según tabla 8 y gráfico 8 se observa que el 60% que corresponde a 41 de los clientes encuestados respondieron que siempre el restaurante de una forma Cortez, el 37% que corresponde a 25 clientes respondió que casi siempre el restaurante los atiende de una forma Cortez y 2 personas que solo a veces se les atiende así.

Tabla 9

Los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica lo juzgan por su vestimenta o su apariencia

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válido	Nunca	67	99%	99%
	Casi Nunca	1	1%	1%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Gráfico 9.

Los trabajadores Cevichería Rosa Náutica lo juzgan por su vestimenta o su apariencia

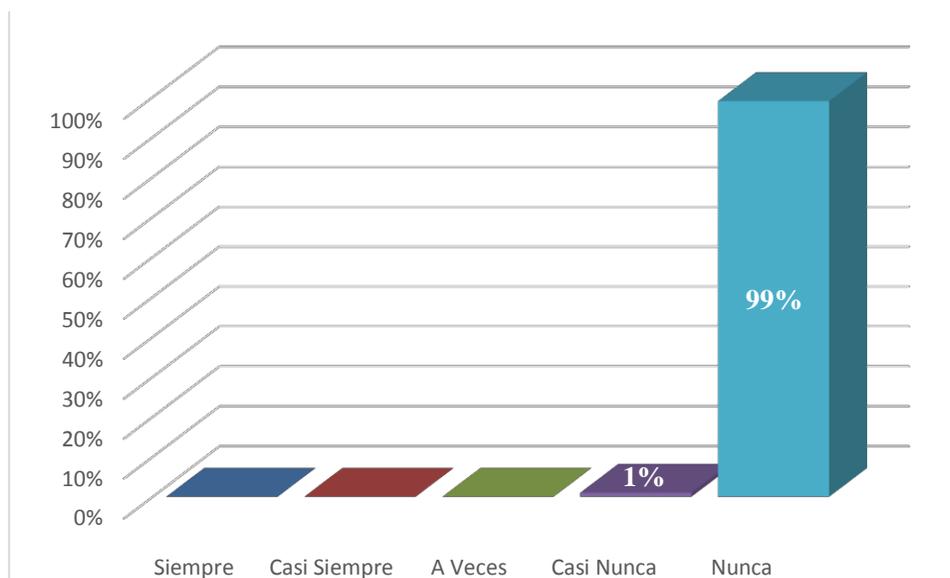


Figura 9. Gráfico de barra de los empleados del restaurante Cevichería Rosa Náutica lo juzgan por su vestimenta o su apariencia

Interpretación: Según tabla 9 y gráfico 9 se observa que el 99% de los clientes encuestados respondieron que nunca se han sentido juzgados por los trabajadores 01% que corresponde a 1 de los clientes encuestados respondieron que casi nunca el restaurante.

Tabla 10

Los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	A Veces	1	1%	1%
	Casi Nunca	30	44%	44%
	Nunca	37	55%	55%
	Siempre	0	0%	0%
	Casi Siempre	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Gráfico 10.

De los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen

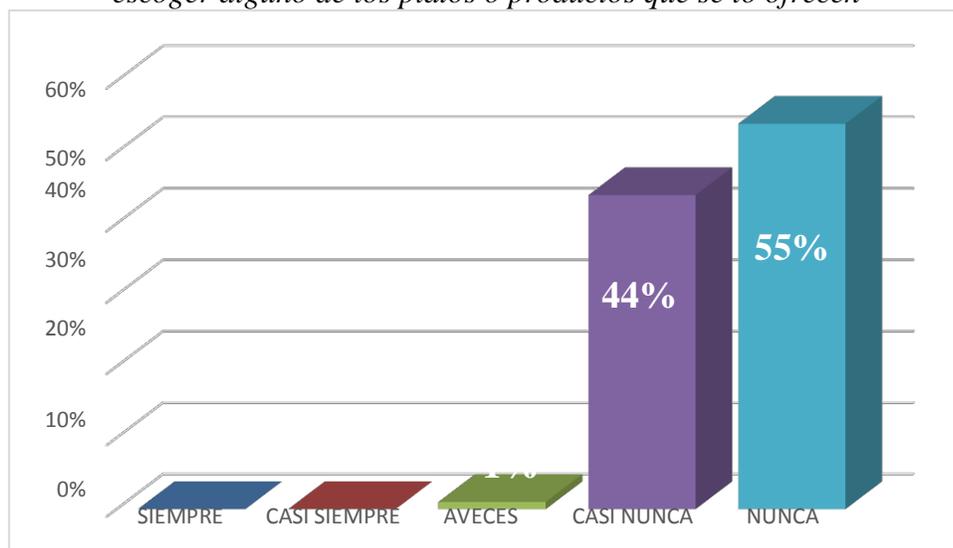


Figura 10. Gráfico de barra de los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica lo presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen

Interpretación:

Según tabla 10y grafico 10 se observa que el 55% que corresponde a 37 de los clientes encuestados respondieron que nunca se sienten presionados por los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica y el 44% que corresponde a 30 personas respondieron que casi nunca sea han sentido presionados y un 1% a veces han sentido eso.

Tabla 11

Se Observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien sus pedidos

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casi Nunca	28	41%	41%
	Nunca	40	58%	58%
	A veces	0	0%	0%
	Siempre	0	0%	0%
	Casi Siempre	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Gráfico 11.

De se observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien sus pedidos

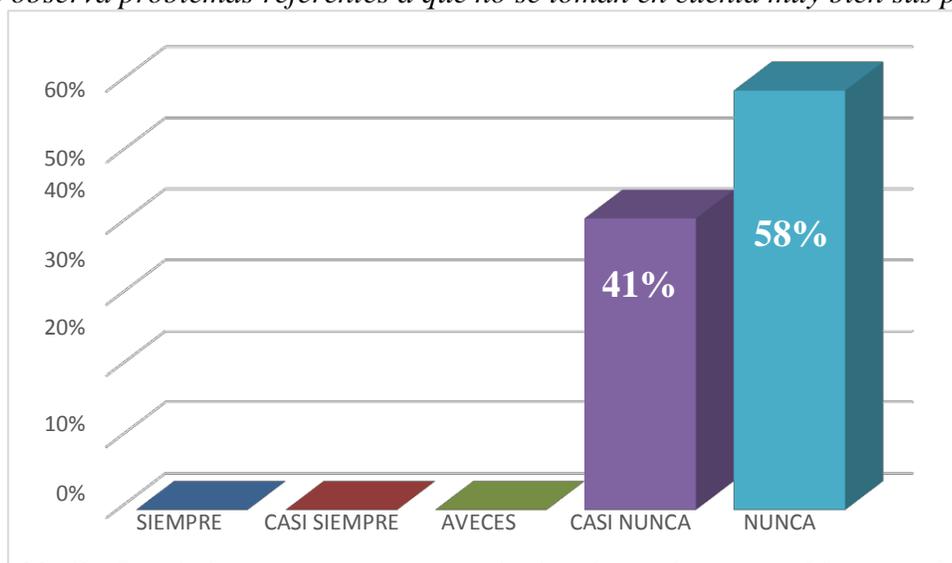


Figura 11. Gráfico de barra que muestra resultados de se observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien sus pedidos

Interpretación:

Según tabla 11 y gráfico 11 se observa que el 41% que corresponde a 28 de los clientes encuestados respondieron que casi nunca han tenido problema respecto los pedidos, el 58% de clientes encuestados, que corresponde a 40 personas respondió que nunca han tenido problemas referentes a los pedidos.

Tabla 12

Se adaptan a los gustos que los clientes tienen

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	siempre	42	62%	62%
	casi siempre	26	38%	38%
	A veces	0	0%	0%
	Casi Nunca	0	0%	0%
	Nunca	0	0%	0%
	Total		68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Investigador

Grafico 12.

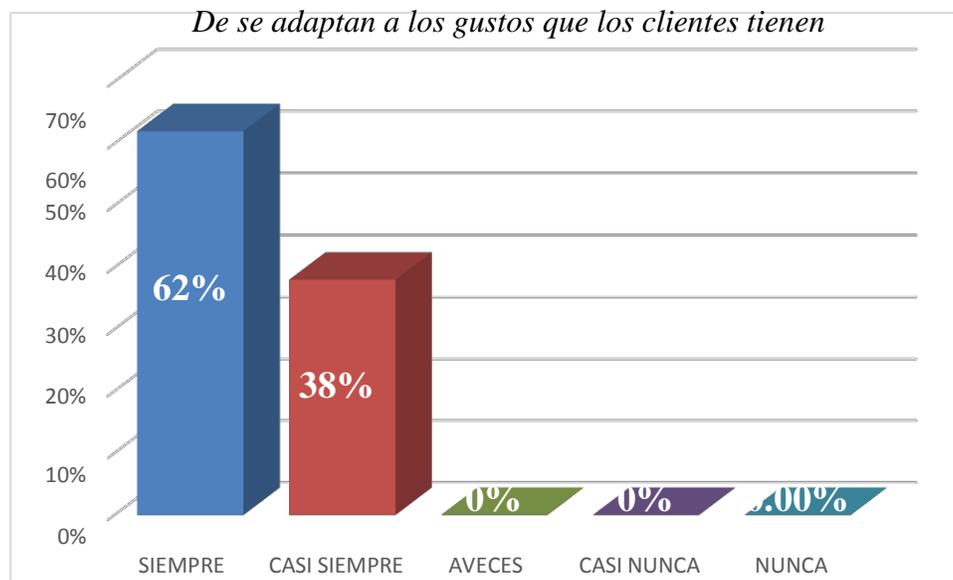


Figura 12. Gráfico de barra que muestra los resultados de se adaptan a los gustos que usted como cliente tiene

Interpretación:

Según tabla 12 y grafico 12 se observa que el 62% que corresponde a 42 de los clientes encuestados respondieron que siempre se adaptan a sus gustos, el 38% que corresponde a 26 clientes casi siempre se adaptan a sus gustos gastronómicos

5.2. Análisis de Resultados

Gestión de calidad

En la tabla 1 y grafico 1 se observó que el 83% de los trabajadores encuestados respondieron que siempre se enfocan en sus clientes y el 17% que casi siempre se enfocan en sus clientes, estos resultados dan como respuesta al objetivo específico de describir los principios de Gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana año 2019. Concluyendo que dentro de la MYPE en estudio se está realizando un enfoque siempre directo hacia los clientes. Este resultado tiene similitud con el encontrado del autor Linares (2016) donde el 81,2% mencionaba que se sentía siempre satisfecho con el tipo de atención y que el 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes, el autor Sirvent Asensi et al. (2017) menciona lo siguiente: que enfoque al cliente es tener una atención en todos los clientes y poder saber las necesidades que puede tener en el momento cuando están adquiriendo el servicio y a la vez intentar superar las expectativas día a día, este resultado refleja que siempre la gran mayoría de restaurantes tienen clara la prioridad de siempre enfocarse en los clientes , lo cual garantizara obtener más ingresos.

En la tabla 2 y grafico 2 se observó que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre se ejerce un buen tipo de liderazgo, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió a veces siente este tipo de buen liderazgo, otorgando respuesta al objetivo de describir los principios de Gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana año 2019 ,es así como

se describe que el liderazgo ejercido por la Dueña y gerente del restaurante Cevichería Rosa Náutica es bueno y optimo, resultado similar se encuentra en la tesis de Aldaba (2019) donde concluyo que dentro de las MYPE rubro restaurantes de Oxapampa la dirección hacia los trabajadores es ejercida por un tipo de liderazgo de modo autoritario. Esta pregunta está relacionada al segundo de los principios de gestión de calidad: Según Sirvent Asensi et al. (2017) el liderazgo, se refiere a la acción dónde se debe siempre establecer diferentes pautas de liderazgo hacia los trabajadores para que puedan ellos tener claro que tareas cada uno debe desarrollar. En este caso los trabajadores creen que su líder, la persona que dispone que tareas deben realizar, lo hace de una manera muy buena, lo cual crea un buen ambiente de trabajo y una buena relación de trabajo entre trabajador y dueño del local.

En la tabla 3 y grafico 3 se observó que el 50% que corresponde a 3 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre creen que existe motivación por parte de la dueña del restaurante y el otro 50% de los trabajadores respondieron que casi siempre existe esa motivación que garantiza el compromiso de los trabajadores, este resultado da respuesta al primer objetivo específico referente a la variable gestión de calidad, además se compara con la conclusión de la tesis del Autor Crisanto (2019) donde llego a la conclusión de que los trabajadores de los Restaurant Pollerías, están siempre realizando sus distintas actividades con el ritmo de siempre y refleja falta de motivación de cada uno de ellos. resultado que no contrasta con el de la MYPE restaurant Cevichería Rosa Náutica donde en ella siempre y casi siempre existe esta motivación que garantizara el

compromiso de todas las personas. Según Sirvent Asensi et al. (2017) para el compromiso de las personas es importante la motivación, ya sea una motivación económica y entre otras esto con el fin de que se desempeñen mejor en sus labores y es a lo que llevo a medir.

En la tabla 4 y grafico 4 se observó que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre se adecuan a los procesos que se desarrollan dentro del restaurante, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre lo hacen. Dando respuesta al objetivo específico planteado, describir los principios de gestión de calidad en la MYPE Restaurante Cevichería Rosa Náutica y además este resultado refleja cierta similitud con la tesis del autor Sanjinez (2015) titulada “Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015” donde un resultado del 77% de los 47 trabajadores que fueron parte de la muestra reflejaron que cuentan con distintos recursos para adecuarse a los diferentes procesos que se les demande, reflejando que casi todos los restaurantes tienen este conocimiento. Para conocer un poco más del indicador que se intentó medir está el concepto del autor Sirvent Asensi et al. (2017) y Yacelga (2016) , todo el personal debe siempre adecuarse a los diferentes procesos que existan en una organización , en el caso de un restaurante menciona el autor Yacelga (2016), que existen 2 tipos de procesos : el de proceso de elaboración y el proceso administrativo y teniendo en cuenta que las micro y pequeñas empresas , siempre tiene poco personal y son familiares , todos siempre pueden intercambiar diferentes tareas , como desempeñarse en la cocina , o en la atención al cliente y es así como se realiza en el restaurante cevichería Rosa Náutica.

En la tabla 5 y grafico 5 se observó que el 100% que corresponde a 6 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre se ha observado una mejora continua en el restaurant Cevichería Rosa Náutica , dando respuesta al objetivo específico referente a describir los principios de Gestión de calidad, se encontró similitud con la conclusión de la tesis del Autor Aldaba (2019) “Los microempresarios gerencian sus negocios según su experiencia, algunos con un enfoque en la mejora de la filosofía continua, pero si enfocados al cliente, como razón de ser del negocio” como se puede observar el autor concluía en que los gerentes que fueron parte de su investigación estaban seguros que ofrecer una mejora continua les permitiera crecer empresarialmente, a la vez contrasta con la teoría del autor Sirvent Asensi et al. (2017) hacía referencia que el principio de mejora continua se refiere a la acción de convertir una organización con poco recursos hacia lograr obtener mejoras, tanto infraestructura, como organización. Los resultados de esta pregunta detallan que el restaurante si ha logrado tener una mejora en el transcurso del tiempo a una buena administración, no solo enfocarse a la mejora del local si no a una mejora interna. Pues siempre las micro empresas quieren superarse y mejorar, no solo por voluntad propia, sino que existen también leyes que se deben seguir al pie de letra y esto también para fines de mejora de la micro empresa.

En la tabla 6 y grafico 6 se observó que el 66% que corresponde a 4 de los trabajadores encuestados respondieron que a veces se toman en cuenta sus opiniones en el restaurant, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre se toman en cuenta sus opiniones, y 1 trabajador casi nunca. dando respuesta al objetivo de describir

los principios de Gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana año 2019. El autor Sirvent Asensi et al. (2017) menciona que para tomar una decisión se debe basar un plan de análisis, en observar o proyectarse como esta decisión, puede o bien ayudar o retrasar la calidad del servicio que brindan, y es por eso que mayormente los dueños que son la cabeza principal de toda organización, son los que toman siempre las decisiones. Dentro de los encuestados el 66% respondió que a veces se toma en cuenta sus opiniones para poder tomar una decisión , esto refleja que alguno de los opiniones de sus empleados no son tomados en cuenta para poder realizar una toma decisiones o una mejora continua del establecimiento , que el líder es aquella persona que toma la decisión sin tener que escuchar opiniones de sus trabajadores se describe así que el principio de gestión de calidad toma de decisiones, dentro del restaurante no se está efectuando dentro del restaurante. Investigaciones anteriores como la de autor Mendoza (2019) con su tesis titulada: “Gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en el micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurante de productos hidrobiológicos casco urbano de Chimbote 2019” concluyo que al aplicar la encuesta tuvo que el 73. % de los encuestados eran dueños de las propias empresas y que ellos mismos tomaban las decisiones, lo cual refleja que en toda organización siempre se deben tomar las decisiones en base a evidencias y por el gerente.

En la tabla 7 y grafico 7 se observó que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que, al momento de adquirir todo tipo de productos, se tiene una buena relaciona de parte de los trabajadores hacia los proveedores el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre existe una relación

mutuamente beneficiosa, este resultado da como respuesta al objetivo específico de describir los principios de Gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana año 2019 y además refleja que si se está cumpliendo el principio de la relación beneficiosas con proveedores, que le garantizara el crecimiento del negocio. Según el concepto del autor Sirvent Asensi et al. (2017) se refiere al tipo de relación entre trabajadores y proveedores de los productos para lo cual garantizara que exista un buen ambiente de trabajo externamente, ya que los proveedores se van a sentir a gusto de realizar negociaciones con el restaurant en general. En el restaurante investigado si se observa que existe una relación mutua entre los trabajadores, gerente y proveedores lo cual es algo positivo , no se encontró antecedente con el cual se pueda contrastar.

En la tabla 8 y grafico 8 se observa que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre existe una inspección de los platos de comida que se ofrecen en el restaurante, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre existe esta inspección de los platos de comida que se ofrecen en el restaurante Cevichería Rosa Náutica, lo cual este resultado da respuesta al objetivo específico, identificar los enfoques de gestión de calidad en la MYPE rubro restaurante cevichería Rosa Náutica, dejando claro que cumple con realizar una inspección se encontró similitud con el resultado de la tesis del autor Ecos (2019) quien en su investigación determino la salubridad de los restaurantes que fueron parte de su investigación, se conoce como inspección a lo que menciona el autor Según Sirvent Asensi et al. (2017) el enfoque de inspección es aquel que es encargado de poder revisar aquellos productos deficientes , y poder tener un mejor control de calidad , con el fin de ofrecer

productos en buen estado. Por lo cual casi la totalidad de los trabajadores realiza o se enfoca en realizar una inspección con la finalidad de no tener inconvenientes con los clientes para no entregarles productos deficientes.

En la tabla 9 y grafico 9 se observó que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre implementa un sistema de medición y control de calidad de sus productos, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre implementa un sistema de medición y control de calidad de sus productos este resultado pertenece al segundo objetivo específico de la investigación: Identificar los enfoques de Gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana año 2019. Estos resultados tienen una similitud con los de la tesis del autor Valdiviezo (2018) en su investigación titulada: “Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la urb. Santa Ana - Piura año 2018” se encontró resultados muy parecidos a los que respecta la calidad e inspección de los productos, en lo que respecta a la calidad se encontraron niveles aceptables (93%) según reflejaría que la MYPE en estudio no es la única que realiza este enfoque de control de calidad la cual el autor Camisón et al. (2006) menciona lo siguiente, realizar un sistema de control de calidad en la materia prima que es la cual será usada para la elaboración de los platos, permitirá ofrecer platillos sin ninguna deficiencia, ya que un cliente no le gustaría recibir comida echa a base de productos malogrados que no dejaría bien parado a la organización, en este caso un restaurante. Entonces comparándolos se entiende que si se habla de un sistema de medición dentro del restaurante, se hace referencia a la medición

y acondicionamiento de la refrigeración de los alimentos, lo cual todos los restaurantes cuentan con materiales de refrigeración como congeladoras, que mantiene fresco los productos que están propuestos a la deterioración de los alimentos como pescados carnes y a la vez las bebidas que vendan.

En la tabla 10 y grafico 10 se observó que el 83% que corresponde a 5 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes, el 17% que corresponde a 1 trabajador respondió que casi siempre aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes. Se dio respuesta al objetivo específico de identificar los enfoques de Gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana año 2019 resultado similar tuvo el autor Ecos (2019) que un 57,7% de su población cree que siempre ha existido calidad hacia los diferentes alimentos que ofrecen dentro del “Restaurante Plaza De Armas De Ica”. comparando que tanto el resultado obtenido con el del autor Ecos , ambos se enfocan en calidad de los diferentes productos que ofrecen. El concepto del enfoque de aseguramiento de calidad según el autor Camisón et al. (2006) menciona que en el aseguramiento de la calidad de la organización participan casi todos los departamentos de la empresa, no solo los que son de calidad de los productos sino toda la organización, por lo cual dentro del restaurante Cevichería Rosa Náutica les corresponde a todos poder asegurar la calidad interna y externa.

En la tabla 11 y grafico 11 se observó que el 67% que corresponde a 4 de los trabajadores encuestados respondieron que siempre tienen la idea ofrecer los productos de

calidad tendrán más ingresos, el 33% que corresponde a 2 trabajador respondió que casi siempre. el cual da respuesta al objetivo de identificar los enfoques de Gestión de calidad en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana año 2019. Se encontró similitud con los resultados de la tesis del autor Enriquez (2017) donde un total del 100% estaba de acuerdo de que la gestión de calidad mejorara siempre la calidad y rendimiento del negocio que investigo. y según la teoría del autor Camisón et al. (2006) la calidad total abarca todo el ámbito de la organización, ya no solo enfocarse en la calidad de los productos, si no en todos los espacio y áreas pertenecientes a la organización, cuando se habla de calidad total se hace referencia también a la mejora continua, logrando la calidad de todas las áreas y garantizara un crecimiento de económico del negocio. Los resultados de esta pregunta, se observa que de 6 trabajadores encuestados solos 4 responden positivamente, y tienen la idea de que entre más productos de calidad ofrezcan mejores ingresos, ofrecer productos de calidad, tanto en sus productos, como en la calidad de atención, va a permitir que el cliente regrese por lo cual obtendrán más ingresos ya que se diferenciarían de la competencia , la cual es el principal enemigo de los dueños de los gerentes , todos con el fin de tener un negocio rentable y ofrecer productos de calidad les garantizara tener más clientes y por lo tanto más ingresos.

Atención al cliente

En la tabla 1 y grafico 1 se observó que el 66% que corresponde a 45 de los clientes encuestados respondieron que siempre se les atiende de una forma amable el 31% que corresponde a 21 clientes respondió que casi siempre son amables, 2 clientes respondieron

que a veces se le trata de una forma amable. El objetivo específico que se intentaba desarrollar es de describir las estrategias de atención al cliente en la MYPE restaurante Rosa Náutica Sullana , Investigaciones anteriores referentes a atención al cliente encontramos la de Valdivieso (2018) con su tesis para optar al título de Licenciada en Administración titulada “Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en la rubro restaurant de la urbanización Santa Ana Piura año 2018” el resultado parecido al de la pregunta 1 sobre atención al cliente es que la atención se encuentra en de satisfacción elevados esa pregunta tuvo un porcentaje de 87 % que respondió que siempre se sienten satisfechos con la atención amable que reciben de parte de los empleados de este restaurante. Según el concepto que se encuentra dentro de la revista Entrepreneur (2018) refleja que al momento de entablar una conversación con los clientes siempre se tiene que ser una forma muy Cortés y amable nunca tratar de distraernos en cualquier simpleza, saber hablar siempre de una manera agradable y sonreírle personalmente al cliente. y esto es lo que se midió mediante la muestra, lo cual tuvo la función de obtener resultados referentes a la amabilidad al momento de ofrecer la atención hacia los clientes dentro de la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica.

En la tabla 2 y grafico 2 se observó que el 84% que corresponde a 57 de los clientes encuestados respondieron que siempre se les atiende de una forma personal el 15% que corresponde a 10 clientes respondió que casi siempre se les atiende de una forma personal, 1 solo cliente respondió que a veces se atiende de una forma personal. Estos resultados son pertenecientes al tercer objetivo el cual es describir las estrategias de atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica, donde según los

resultados obtenidos esto se está realizando dentro del negocio. Se encontró similitud con investigaciones anteriores como la de la autora Cifuentes (2018) titulada “Relación entre la inteligencia emocional y la satisfacción del cliente externo del restaurante salas Cajamarca 2018” tuvo resultados que referían que el 55% de trabajadores se sentían satisfechos por la atención que se le brindaba externamente en el restaurante sin embargo un 20 y 25 % no consideraban que esta atención era adecuada y personal. Lo cual a diferencia de los resultados obtenidos en el Restaurante Cevichería Rosa Náutica ya que más del 50% de los clientes si creen que se realiza una atención personal el concepto del autor Blanco (2008) es el siguiente: ofrecer la atención de manera personalizada permite saber a los clientes que no se le está tratando como si fuese un cliente más, al contrario que se le está tomando en cuenta sus gustos, preferencias y necesidades particulares, concluyendo de que el resultado obtenido permitió saber si el restaurante Cevichería Rosa Náutica , ofrece una atención personal hacia sus clientes.

En la tabla 3 y gráfico 3 se observó que el 72% que corresponde a 49 de los clientes encuestados respondieron que siempre se les atiende de una forma rápida el 25% que corresponde a 17 clientes respondió que casi siempre se les atiende rápido, 2 clientes respondieron que a veces. Por qué las actividades no se realizan de una forma rápida, quizás es porque no están muy bien repartidas. Este resultado trato de describir el objetivo específico de identificar las estrategias de atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica, distrito Sullana, año 2019. El concepto referente a la estrategia de atención al cliente que menciona el autor Arturo (2013) es que se deben realizar algunas pautas de atención siempre como la de mencionarle que en seguida se les

estará atendiendo, entre otras. ya que estas permitirán la atención priorizada a los clientes de la organización. Se encontró resultados de similitud como la del autor Franco(2017) en su investigación titulada: “Análisis de los niveles de calidad de atención al cliente y su incidencia en la satisfacción de los turistas extranjeros usuarios de los restaurantes de la calle Charles Bickford en Santa Cruz Galápagos” los resultados parecidos al de nuestra investigación sobre todo en la atención rápida, pero en este caso fueron muy lamentables ya que los clientes manifestaban que el personal que los atiende no se encuentran capacitados y que además existía una tardanza en la entrega de los pedidos por esta razón se realizó un plan de mejora.

En la tabla 4 y grafico 4 se observa que el 68% que corresponde a 46 de los clientes encuestados respondieron que siempre el restaurante Cevichería Rosa Náutica está de acuerdo a las necesidades que buscan, el 28% que corresponde a 19 clientes respondió que casi siempre el restaurante Cevichería Rosa Náutica está de acuerdo a las necesidades que buscan, el 2% respondió que solo a veces y el 1% que casi nunca. El objetivo específico que se buscó investigar es el de describir las estrategias de atención al cliente en la MYPE Rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019, estos resultados refleja un óptimo comportamiento de los trabajadores hacia los clientes, garantizando prioridad hacia los clientes que son el elemento claves, se encontró similitud con la tesis del autor Sanjinez (2015) titulada “Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015”, quien obtuvo que un 90% pero de los dueños y gerentes de los establecimientos no sabían satisfacer las necesidades de los clientes lo cual no refleja contraste con la investigación Gestión de

Calidad y atención al cliente en la MYPE rubro Restaurante Cevichería Rosa Náutica distrito de Sullana año 2019. En el marco teórico los autores Charlie Dawson y Sean Meehan (2002), exponían que se debía de tener una capacidad de respuesta inmediata, de forma precisa y ágil en el momento de brindar el servicio de atención, lo cual según los resultados se puede observar que el restaurante cevichería Rosa Náutica esta aplicándolas de una manera eficaz.

En la tabla 5 y grafico 5 se observó que el 75% que corresponde a 51 de los clientes encuestados respondieron que siempre el restaurante le da una buena satisfacción a un costo prudente en sus platos, el 25% que corresponde a 17 clientes respondió que casi siempre les da una buena satisfacción en sus platos. El objetivo específico que se da respuesta es de describir las estrategias de atención al cliente en la MYPE rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019. Estos resultados se refiere al tipo de satisfacción basado en la degustación de los platillos que se sirven dentro del restaurante Cevichería Rosa Náutica, dónde 51 de los 68 encuestados respondieron que siempre se han sentido satisfechos con el gusto de los platos saboreados dentro del restaurante, otros 17 clientes descubrieron que casi siempre han sentido esa satisfacción, se logró cumplir el objetivo de poder describir uno de las estrategias de atención al cliente que en este caso sería satisfacción al cliente. Según el autor Zapatero (2016) esta estrategia trata de cumplir todas las necesidades de los clientes otorgaran una mejor atención y establecer un lugar de armonía al cliente, y es lo que los trabajadores del Restaurante Cevichería Rosa Náutica debe realizar siempre ah todos los clientes. y se puede contrastar con los resultados de la tesis del autor Gaviria (2017) obtuvo resultados como que el 60%

no tenía una técnica de satisfacción respecto a cómo tratar y satisfacer a sus clientes mientras que el 58% o sea la mitad de las personas encuestadas si sabían cómo brindarles esta satisfacción a los clientes. Estos resultados de este autor son negativos a comparación de los resultados obtenidos por el trabajo de investigación que se realizó.

En la tabla 6 y grafico 6 se observó que el 69% que corresponde a 47 de los clientes encuestados respondieron que siempre el restaurante logra satisfacer sus necesidades, el 27% que corresponde a 18 clientes respondió que casi siempre el restaurante se adapta a su necesidad, el 3% respondió que solo a veces. El objetivo específico que se dio respuesta es de identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019. Satisfacer las necesidades de los clientes es importante en cualquier empresa u organización ya sean cualquier servicio que necesite sus clientes, lograr brindar una buena imagen del restaurante implica que los clientes vuelvan a dicho establecimiento. En este caso 47 clientes encuestados respondieron que siempre sus necesidades se han solucionado muy bien, que no han tenido queja alguna o problemas al momento de hacer los pedidos, desarrollar el objetivo de identificar las claves de atención al cliente en restauran se ha logrado cumplir de una forma adecuada para esta investigación. cuyo concepto fue dado por el autor Dos Santos (2016) y se encontro similitud con la el autor Valdiviezo (2018) quién con 29 preguntas cerradas, obtuvo resultados por ejemplo 87% respondió que la calidad y satisfacción que obtenían dentro del restaurante investigado de la urbanización Santa Ana se encontraba en niveles aceptables teniendo como conclusión general de este estudio que esta MYPE tenia los adecuados niveles de calidad de servicio.

En la tabla 7 y grafico 7 se observó que el 65% que corresponde a 44 de los clientes encuestados respondieron que nunca se observa distracciones en los trabajadores, el 34% que corresponde a 23 clientes respondió que casi nunca y el, 1% respondió que a veces. El objetivo específico que se midió mediante el indicador de la variable atención al cliente es de identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019. Uno de los problemas que puede surgir en cualquier organización serían las distracciones entre los trabajadores o mezclar lo personal con lo laboral esto se refleja detalladamente en las claves básicas de atención al cliente donde en la revista Entrepreneur (2018) explica que no se puede mezclar las cosas personales con lo laboral para así no ocasionar distracciones y que puedan los trabajadores realizar todas las actividades encomendadas por el dueño. este resultado contrasta con el encontrado en la tesis del autor Franco (2017) en su tesis titulada: “Análisis de los niveles de calidad de atención al cliente y su incidencia en la satisfacción de los turistas extranjeros de Galápagos” creía que para que un restaurante logre la calidad de servicio optimo debería cumplir siempre con las necesidades y no distracciones hacia sus clientes ya que para ello los clientes son las personas más importantes y que no determinan qué tan bueno sería el servicio ofrecido, ambos resultados dan como conclusión que la satisfacción al cliente es una clave básica para garantizar la fidelización de los clientes.

En la tabla 8 y grafico 8 se observó que el 60% que corresponde a 41 de los clientes encuestados respondieron que siempre el restaurant de una forma Cortes, el 37% que corresponde a 25 clientes respondió que casi siempre el restaurant los atiende de una forma

Cortes y 2 personas que solo a veces se les atiende así. El objetivo específico que se dio respuesta es de identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019, dentro del Restaurante Cevichería Rosa Náutica se les atienden de una forma cortés garantizando así que el servicio brindado sea óptimo, gracias a la base empírica se puede contrastar este resultado con el obtenido por el autor Gaviria (2017) quien tuvo un resultado del 52% si sabían dar un buen servicio de atención hacia los clientes, si bien no tiene similitud, se entiende que este resultado habla en general englobando todas las claves básicas de atención al cliente de la mype que investigo el autor Gaviria.

En la tabla 9 y grafico 9 se observó que el 99% de los clientes encuestados respondieron que nunca se han sentido juzgados por los trabajadores 1% que corresponde a 1 de los clientes encuestados respondieron que casi nunca el restaurante. El objetivo específico al cual se le da respuesta es de identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019. Que un cliente se sienta discriminado debe ser una de las formas más incómodas para ellos, la discriminación es uno de los problemas sociales que en la actualidad está destruyendo casi muchas autoestimas de otras personas, la empatía sería un recurso que los empleados deberían de siempre poner en práctica en esta pregunta 99% que correspondería a 67 encuestados y el 1 % respondieron que nunca se han sentido juzgados por los empleados de este restaurante algo que demuestra que la empatía en cada uno de los trabajadores es parte principal de los elementos que ellos aplican al momento de ofrecer su servicio al cliente tal cual como lo dicen en el marco teórico donde Entrepreneur. (2018) menciona

que no se puede calificar ya sea por su vestimenta o por el tipo de apariencia que tiene ya que esto ocasionaría perder un cliente en el negocio, contrasta con el resultado del autor Valdiviezo (2018) donde su grupo de población son los clientes de las 8 MYPES que investigan del rubro restaurante sus resultados arrojaron que el 87% de personas encuestadas creían que su nivel de satisfacción era elevado, ellos se sentían de una forma cómoda dentro del restaurante la relación que sentían entre el cliente y el empleador , a comparación del indicador que se midió en nuestra investigación , el autor Valdiviezo , midió mas que todo la comodidad de los clientes , lo cual este resultado lleva a la conclusión de que ningún cliente debe ser juzgado y siempre se debe garantizar la comodidad de ellos.

En la tabla 10 y grafico 10 se observó que el 55% que corresponde a 37 de los clientes encuestados respondieron que nunca se sienten presionados por los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica y el 44% que corresponde a 30 personas respondieron que casi nunca sea han sentido presionados y solo una persona que a veces ha sentido esto. El objetivo específico que se le da respuesta es el de identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019. La presión en el servicio de atención al cliente genera una incomodidad a los clientes, ah nadie le gustaría sentirse presionado por los pedidos, la última palabra siempre la tienen los clientes, que los presionen al momento de pedir sus platos lo único que lograría es que se salgan y no vuelvan a visitar el establecimiento. tal cual como da el concepto el autor Chacom (2015). Dentro de las bases empíricas se encontró un resultado con el cual se podía contrastar y fue el del autor Gaviria (2017) tuvo como resultado que

el 58% de los trabajadores encuestados sabían cómo tratar a los clientes , reflejando que en establecimientos como los restaurantes siempre se debe tener paciencia con los pedidos de los clientes adaptándose a los gustos que ellos tienen.

En la tabla 11 y gráfico 11 se observó que el 41% que corresponde a 28 de los clientes encuestados respondieron que casi nunca han tenido problema respecto los pedidos, el 59% de clientes encuestados, que corresponde a 40 personas respondió que nunca han tenido problemas referentes a los pedidos. Dando respuesta al objetivo específico: Identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019. En la revista Entrepreneur (2018) se encontró la siguiente información: tener problemas con los pedidos lo único que logra es que el cliente opte por retirarse inmediatamente además se deben evaluar varios factores que si el cliente los detecta en sus pedidos puede ser perjudicial Como, por ejemplo: una mala higiene al momento de presentar los pedidos, mala elaboración o mala presentación de los platos y bien en la actualidad, se está implementado el servicio de delivery y sería contraproducente que los clientes hayan tenido problemas con los pedidos, ya que el restaurante cevichería Rosa Náutica además de ofrecer un buen servicio también se tiene que adaptar a cualquier problema que exista. En las bases empíricas la tesis de Linares (2016) tuvo como conclusión que el proceso de atención desde que se empieza el pedido, hasta el proceso de entrega se lleva adecuadamente en la cevichería que investigo. Otro ejemplo es la tesis de Rojas (2017) titulada: “Caracterización de la competitividad y atención al cliente restaurante La cevichería en el asentamiento humano en la primavera año 2017” su resultado arrojó que el 69% de los encuestados mencionaba que la forma de

compra fácil era muy buena dentro de este restaurante que se sentía muy bien al momento de realizar los pedidos eso garantizaban que tengan una mayor concurrencia. dichos resultados nos ayudan a poder identificar y medir de una mejor manera el objetivo que se intenta identificar, pues la presión hacia los clientes, solo otorgaría mala adecuación a las necesidades de los clientes.

En la tabla 12 y grafico 12 se observó que el 62% que corresponde a 42 de los clientes encuestados respondieron que siempre se adaptan a sus gustos, el 38% que corresponde a 26 clientes casi siempre se adaptan a sus gustos gastronómicos. Dando respuesta al objetivo específico: Identificar las claves básicas de atención al cliente en la MYPE rubro restaurante Cevichería Rosa Náutica Sullana año 2019. El resultado de esta pregunta lo que hace es informar que el restaurante se enfoca en adaptarse a los gustos ya que 42 de 68 personas respondieron que siempre se han adaptado a los gustos. Cuando se habla de los gustos que los clientes se hace más referencia a las peticiones de platillos en especial que el cliente pide en algunos momentos, además de entre otras, como mejorar los lugares donde están sentados, o pedir mejorar el ambiente musical que deseen. El autor Valdiviezo (2018) encontró que el (87%) correspondía a un alto nivel de satisfacción con el tema del servicio de atención de la MYPE que estuvo en investigación, comparando esto con el resultado propio del trabajo de investigación deja claro que esta clave básica de atención al cliente debe ser realizada siempre y debería mejorar pára que los clientes en su totalidad observen y experimenten esta clave básica de atención.

VI. CONCLUSIONES

Como conclusión respecto al primer objetivo planteado : describir los principios de gestión de calidad , según resultados investigados, se concluye que en el Restaurante Cevichería Rosa Náutica , los están aplicando de una manera óptima , sin embargo no todos en su totalidad , pues si ha tenido una mejora continua ,esto debido a superar las expectativas de los clientes y al de superarse en su rubro, el principio referente a la toma de decisiones , solo es ejercida por el dueño del restaurante, lo cual está bien observándolo del modo administrativo , pero se recomienda , que se permita participación de parte de los trabajadores, ya que ellos forman parte del Restaurante , a la vez reforzaría otro de los principios de gestión de calidad y hace énfasis al principio de compromiso de las personas , donde se refiere a la participación del personal , no solo en las actividades , si no en un modo administrativo, esto con el fin de ofrecer un servicio de calidad mejor.

Se concluyo respecto a los enfoques de gestión de calidad, que los productos ofrecidos a los clientes siempre son de buena calidad , ya que según resultados , se realiza una inspección, un control y aseguramiento de los productos que se usan para la elaboración , como también el mismo proceso para la presentación del producto final , de lo cual referente al segundo objetivo se logró identificar que si se aplican en cada uno de sus productos , se recomienda poder desarrollarlos todos con el fin de obtener un óptimo nivel de calidad.

La conclusión respecto a la variable atención al cliente, de las cuales se investigaron 05 estrategias de calidad que permitirán que sus clientes se encuentren siempre satisfechos ,como investigador se puede describir que la atención por parte de los trabajadores es siempre personal y rápida , esto esta detallado en los resultados, donde son 02 de las estrategias de atención al cliente que más alto porcentaje tuvieron, a la vez que otra de estrategia que aplican para que los clientes se sientan contentos ,es la de satisfacer las necesidades que tengan , tanto en atención ,como con los productos que le ofrecen , ya sean con promociones de precio entre otros , se recomienda seguir con estas mismas estrategias que al parecer les está dando , buenos resultados.

Se concluyo que las claves para mejorar la atención al cliente dentro del Restaurante Cevichería Rosa Náutica se están desarrollando de una manera eficaz ya que ofrece la mejor satisfacción al cliente , adaptándose a las necesidades que el cliente quiere, siempre haciéndolo de una manera cortés y no dejándose distraer por otras actividades , ya que un promedio alto de casi el setenta por ciento de los clientes respondieron que han identificado esto, dentro restaurante Cevichería Rosa Náutica , como aporte final se recomendaría seguir así ya que ofrecerle lo mejor a sus clientes sería la mejor forma de ser identificados en el rubro restaurante de la provincia de Sullana.

VII. REFERENCIAS

- Alejandría Olivera, S. (2018). *La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el consorcio gastronómico del norte srl – marakos 490 carnes y parrillas, chiclayo*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán.
- Arturo, K. (2013, October 12). *Claves en el servicio al cliente: la rápida atención / crecenegocios*.
- Balbuena, J. H. (12 de Diciembre de 2009). *Las Mypes en el Peru*. Obtenido de Las Mypes en el Peru.
- Blanco Prieto, A. (2010). *atencion al cliente* (piramide (ed.); es).
- Bumeran(2016). *Inspector de calidad concesionario de alimentos / RESTAURANTE - agosto 2016 / Bumeran Perú*. (n.d.). Retrieved November 10, 2020,
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas* (2° Edicion).
- Cardenas, J. (2018). Investigación Cuantitativo. In *Reis* (Issue 83). Trandes.
- Chacom, E. (2015). Servicio al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Sololá [Univesidad Rafael Landivar] (p.45)
- Choquehuanca, A. M. (2017). Las Pymes son el 96.5% de las empresas que hay en Perú. *Perúretail*.

Cifuentes López, E. P. (2018). *Relación entre la inteligencia emocional y la satisfacción del cliente externo del restaurant Salas – Cajamarca 2018 (Tesis parcial)*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.

Cursos Gastronomía. (12 de Enero de 2019). Obtenido de Cursos Gastronomía

Dedios Lopez, M. A. (08 de 06 de 2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la MYPE rubro restaurant cevicheria karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019*. Sullana: Universidad Los Angeles De Chimbote.

Delgado, E. (2018). *Los 7 principios de la Gestión de la Calidad*. SPC Consulting Group.

Dos Santos, M. A. (2016). *Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén*.

Jurán, M. U. (1992). *Gestión de calidad*. (D. D. Santos, Ed.) Madrid.

Ecos Espino, J. C. (2019). “Determinación de la calidad microbiológica y sanitaria de los restaurantes situados en la plaza de armas de Ica - 2015.” *Universidad Nacional de Huancavelica*.

Elkins, M. (2018). *Tratando con Asuntos Legales de Restaurantes / Restaurante Exitoso - Waiterío POS*.

Enriquez Zarsosa, B. S. (2017). *Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, zona centro, ciudad de Chimbote, 2017*. Chimbote: Renati.

Entrepreneur. (2018). Las 7 claves básicas del servicio al cliente (que te harán vender más). *Entrepreneur En Español*, 22 setiembre, 2018.

Escuela Europea de Exelencia. (27 de Julio de 2017). Obtenido de Escuela Europea de Exelencia

Espinosa Jarrín, D. &. (2020). *Elaboración de un programa de mejora continua en atención al cliente en restaurantes de tercera categoría ciudad Mitad del Mundo.* Ecuador,Quito: Quito: UCE.

Estrada Alburqueque, S. M. (2018). *La gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Sullana, año 2018.* Sullana: Renati.

Fabiola González Betanzos, M. D. (2017). *Estadística aplicada en Psicología y Ciencias de la salud.* (M. Moderno, Ed.) Mexico: el manual moderno, S.A. de C.V.

Fernández, G. (2017). *Metodología de la Investigación.* Londres: Universidad de Londres.

Franco Quiroz, J. M. (2017). *Análisis de los niveles de calidad de atención al cliente y su incidencia en la satisfacción de los turistas extranjeros, usuarios de los restaurantes de la calle Charles Binford, en Santa Cruz - Galápagos.* Galapagos: Quito: UCE.

Francisco Javier Ariza Ramirez, & Juan Manuel Ariza Ramirez. (2015). *Informacion Y atencion al cliente* (Comercio M).(p. 73)

García Cruz, F. E. (11 de 04 de 2018).

Gaviria Justo, A. V. (06 de 09 de 2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017.* Yarinacocha: Universidad Los Angeles De Chimbote.

- Gómez, David. (2011, October 27). *Cómo adaptarse a cada cliente y ser rentable - Bien Pensado*.
- Gómez Escobar, I. (2009). *Como conservar mas clientes(la amabilidad es la clave)* (p. 19). El Cid Editor | apuntes.
- Gomez, V. (2017). La satisfacción del cliente en la empresa. . *Gestión*,.
- González Ortiz, Ó. C. (2016). *Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015* (Ecoe Ediciones). Ecoe Ediciones.
- Hernández palma, H., Barrios Parejo, I., & Martínez Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 169–185.
- Herrera García, B. (2014). Análisis estructural de las mypes y pymes. *Quipukamayoc*, 18(35), 69.
- ISO. (08 de ABRIL de 2020). *ISO*. Obtenido de ISO
- ISO 9000:2015. (n.d.). *Enfoque al cliente primer principio sistema gestion de calidad*. Retrieved November 10, 2020,
- Juran, Joseph M.; “Juran y la planificación de la calidad”; Editorial Díaz de Santos; Madrid, 1990.
- Laurente Ccencho, B. N. (2014).
- León, C. R. (2016). *Manual. Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio (UF2382). Certificados de profesionalidad. Actividades de gestión del pequeño comercio (COMT0112)* (DICIEMBRE,2016 ed.). MADRID, ESPAÑA: CEP S.L.

- Linares Cazola, J. G. (2016). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Chimbote : Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (n.d.). *Metodología de la investigación social cuantitativa*.
- Llenque, F. (2019). La columna del día | Importancia de la MYPE en el Perú. *Radio RSD*.
- Mas Que Negocio*. (24 de Abril de 2017). Obtenido de Mas Que Negocio
- Mendoza Benites, C. M. (2019). *Gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano de Chimbote, 2019*. Chimbote: Renati.
- Miro, J. (12 de setiembre de 2006). *Noe Magico*. Obtenido de Noe Magico:
- Morales, A. (22 de 05 de 2019). Obtenido de Conceptualización"
- Núñez Fernández, E. (2015). Archivos y normas ISO. In 2007. Ediciones Trea.
- Ochoa, J. (2018). Pyme emplea al 75% de la Población Económicamente Activa del Perú. *Agencia Peruana de Noticias ANDINA*.
- Ortiz Diaz, D. (13 de Julio de 2017). *Gestión de calidad con el uso del marketing de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes del distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu - año 2017*. Aucayacu: Universidad los angeles de Chimbote.

- Pérez, R. (2018). Más del 60% de las Mypes usan celulares con acceso a Internet. *El Comercio*.
- Quintana, C. (2015). *Gestión del conocimiento y calidad total*. Madrid: Ediciones Días de Santos S.A.
- Raffino, M. E. (16 de Noviembre de 2018). *Servicio Al Cliente*. Obtenido de Servicio Al Cliente
- Ramos, I. (2018). *Modelo de gestion para mejorar la calidad de atencion al usuario del gadm canton babahoyo*. Babahoyo – ecuador: Universidad Nacional Autónoma de los Andes UNIANDES.
- Relinque, J. A. (4 de Febrero de 2016). *Academia Andaluza de Gastromia y Turismo*. Obtenido de Academia Andaluza de Gastromia y Turismo
- Reymundo Carreño, C. M. (2018). *Gestión de calidad y atención al cliente en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018*. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Rojas Cortez, M. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las Mype rubro restaurant - cevicheria en el AA.HH. La primavera - Piura, año 2017*. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Romero, L. (2016). *Metodología de investigación jurídica*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Sanjinez Agurto, G. (2015). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro Cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015*. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

- Sánchez Carlesi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. In *Mycological Research*.
- Sierra, H. H. (15 de enero de 2017). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. Bogota: Criterio Libre.
- Sirvent Asensi, S., Gisbert Soler, V., & Pérez Bernabeu, E. (2017). Los 7 principios de gestión de la calidad en iso 9001. *3C Empresa : Investigación y Pensamiento Crítico*, 6(5), 10–18.
- SUNAT . (19 de Febrero de 2019). Obtenido de SUNAT
- Tandazo Palacios, W. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y el marketing de las mypes sector servicio rubro restaurantes del distrito de Tumbes, año 2019*". Tumbes: Renati.
- Tamayo y Tamayo, M. (2006). *Técnicas de Investigación*. (2ª Edición). México: Editorial Mc Graw Hill.
- ULADECH. (2016). *Código de Ética para la Investigación (versión 001)*. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH Católica. Chimbote: ULADECH.
- Uribe, M. (2011). *Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial*, . Tolima: Sello Editorial Universidad del Tolima.
- Valdiviezo Saravia, C. M. (2019). *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicios, restaurant turístico-Yarinacocha, 2019*. Yarinacocha: Repositorio Uladech.
- Yacelga, D. (2016). *Elaboración De Un Manual De Procesos De Cocina Y Servicio Para El Restaurante "Pollos Para Ti" De Segunda Categoría En La Ciudad De Quito*

[Universidad Tecnológica Equinoccial Facultad De Hospitalidad Y Servicios].

Zapatero Alvarez, A. I. (2016). *Informacion Y atencion al cliente-consumidor usuario* (p. 149). Editorial CEP, S.L.

VIII. ANEXO

Anexo 1: Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019								Año 2020							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del trabajo por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X					
12	Reacción del informe final												X	X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo2. Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE

Categoría	Base	% o N	Total, S/.
Suministros			
▪ Impresiones	S/.0.40	120	S/.48.00
▪ Fotocopias	S/.0.20	400	S/.80.00
▪ Empastado	S/.50.00	1	S/.50.00
▪ Papel bond A-4 (500 hojas)	S/.12.00	1	S/.12.00
Servicios			
▪ Uso de Turnitin	S/50.00	2	S/ 100.00
Sub total			S/ 290.00
Gastos de viaje			
▪ Pasajes para recolectar información	S/5.00	25	S/125.00
Subtotal			S/ 125.00
TOTAL, PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			S/.415.00

PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE

Categoría	Base	% or N	Total, S/.
Servicios			
▪ Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	S/.30.00	4	S/.120.00
▪ Búsqueda de información en base de datos	S/.35.00	2	S/.70.00
▪ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	S/.40.00	4	S/.160.00
▪ Publicación de artículo en repositorio institucional	S/.50.00	1	S/.50.00
Subtotal			S/. 400.00
Recurso Humano			
▪ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	S/ 63.00	4	S/ 252.00
▪ Validación de instrumentó			S/ 150.00
Sub total			S/ 402.00
TOTAL, PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			S/. 802.00

Anexo 3: Instrumento de Recoleccion de Datos: Cuestionario



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

PREGUNTAS	Siempre	Casi Siempre	A veces	Nunca	Casi Nunca
1. ¿Usted se enfoca en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurante Cevichería Rosa Náutica?					
2. ¿Usted cree que se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica?					
3. ¿Cree que existe una motivación por parte del gerente para su optima participación dentro del Restaurante?					
4. ¿Usted se adecua en desarrollar parte los procesos que tiene el restaurante Cevichería Rosa Náutica?					
5. ¿Ah observado una mejora continua del Restaurante Cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo?					
6. ¿Se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en él restaurante Cevichería Rosa Náutica?					
7. ¿Cree usted que tiene una buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos?					
8. ¿Se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes?					
9. ¿Usted como trabajador(a) observado que el restaurant Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima?					
10. ¿Con que frecuencia aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes?					
11. ¿Cree usted que al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos?					



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El siguiente cuestionario tiene la finalidad de recopilar información con fines académicos para poder desarrollar el trabajo de investigación

PREGUNTAS	Siempre	Casi Siempre	A veces	Nunca	Casi Nunca
1. ¿Los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable?					
2. ¿La atención brindada por los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica es de una forma personal?					
3. ¿Los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma rápida?					
4. ¿El restaurante Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, deseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan?					
5. ¿Los productos brindados en el restaurante cevichería Rosa Náutica otorgan la satisfacción y un valor prudente?					
6. ¿El restaurante Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene?					
7. ¿En el restaurante cevichería Rosa Náutica se observa empleados que se distraen de sus actividades?					
8. ¿Los trabajadores del Restaurante cevichería Rosa Náutica los atiende de una forma cortés?					
9. ¿Los trabajadores del restaurante cevichería Rosa Náutica lo juzgan por su vestimenta su apariencia?					
10. ¿Los trabajadores del restaurante cevichería Rosa Náutica lo presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen?					
11. ¿Se Observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien sus pedidos?					
12. ¿Se adaptan a los gustos que usted tiene?					

Anexo 4. consentimiento informado



Sullana, 19 de noviembre de 2019

Oficio N.º 001-144 – 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señora Gerente del Restaurante cevichería "Rosa Náutica" – SULLANA,
Sra Julia Eulalia Rosales Nieves con numero de DNI:03567477

Asunto:

Solicita su Participación en el Proyecto de investigación para Optar al grado de bachiller en la escuela profesional de Administración del estudiante : Sosa Peña Renzo Jesús

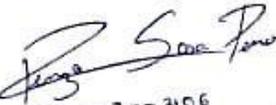
Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Describir las características de gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro Restaurant Cevichería Rosa Náutica distrito Sullana, año 2019, pertenecientes a la unidad económica MYPE. Nos gustaria presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar una encuesta que enmarca los parámetros de estudio, en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta.

Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud.


JULIA EULALIA ROSALES NIEVES
D.N.I: 03567477


Dni: 7003106


M.G. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD 03509

Anexo 5: Validación del instrumento

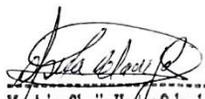
VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

Yo, ALECTOR ORLANDO ARIACA CLAVIJO, con cédula de colegiatura CLAD 06246, con profesión LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS y ejerciendo actualmente como experto; por medio del presente documento hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo: **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE RUBRO RESTAURANT CEVICHERIA ROSA NÁUTICA DISTRITO SULLANA, AÑO 2019**, presentado por el estudiante universitario: RENZO JESUS SOSA PEÑA de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

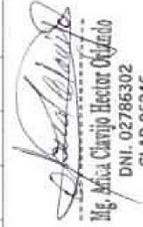
FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN												Observaciones	
		REDACCIÓN CONTENIDO				CONGRUENCIA				PERTINENCIA					
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
G E S T I O N D E C A L I D A D	¿Usted se enfoca en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted cree que se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree que existe una motivación por parte del gerente para su optimal participación dentro del Restaurant?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted se adecua en desarrollar parte los procesos que tiene el restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Ah observado una mejora continua del Restaurant Cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en el restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree usted que tiene una buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted como trabajador(a) observado que el restaurant Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Con que frecuencia aseguran la calidad de los productos que les brindan sus clientes?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree usted que al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			


 M. Arica Charujo Heredia Ortiz
 DNI. 02786302
 CLAD 06245

FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN												Observaciones			
		REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA									
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
A T E N C I O N A L C L I E N T E	¿Los trabajadores del restaurant Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable?	✓		✓		✓		✓									
	¿La atención brindada por los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica es de una forma personal?	✓		✓		✓		✓									
	¿Los trabajadores del restaurant Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma rápida?	✓		✓		✓		✓									
	¿El Restaurant Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, desseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan?	✓		✓		✓		✓									
	¿Los productos brindados en el Restaurant Cevichería Rosa Náutica otorgan la satisfacción y un valor prudente?	✓		✓		✓		✓									
	¿El Restaurant Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene?	✓		✓		✓		✓									
	¿En el Restaurant Cevichería Rosa Náutica se observa empleados que se distraen de sus actividades?	✓		✓		✓		✓									
	¿los trabajadores del Restaurant cevichería Rosa Náutica los atiende de una forma cortés?	✓		✓		✓		✓									
	¿Los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica lo juzgan por su vestimenta su apariencia?	✓		✓		✓		✓									
	¿Los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica lo presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen?	✓		✓		✓		✓									
	¿Se observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien sus pedidos?	✓		✓		✓		✓									
	¿Se adaptan a los gustos que usted tiene?	✓		✓		✓		✓									


 Mg. Mica Clarajo Hector Obledo
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

FIRMA DEL EVALUADOR



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO
DE EXPERTOS

Yo, EXILDA ELENA PEÑA ALVARADO, con cédula de colegiatura N°12812, con profesión Lic. Ciencias Administrativas y Magister Administración y Dirección de Empresas y ejerciendo actualmente como experto; por medio del presente documento hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE RUBRO RESTAURANT CEVICHERIA ROSA NÁUTICA DISTRITO SULLANA, AÑO 2019, presentado por el estudiante universitario: RENZO JESUS SOSA PEÑA de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



Mg. Exilda Elena Peña Alvarado
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD - 12812

FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN												Observaciones	
		REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		PERTINENCIA		PERTINENCIA			
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
G E S T I O N D E C A L I D A D	¿Usted se enfoca en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted cree que se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree que existe una motivación por parte del gerente para su optima participación dentro del Restaurant?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted se adecua en desarrollar parte los procesos que tiene el restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Al observado una mejora continua del Restaurant Cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en el restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree usted que tiene una buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted como trabajador(a) observado que el restaurant Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Con que frecuencia aseguran la calidad de los productos que les brindan sus clientes?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree usted que al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			



 Mg. Estelita Peña Alvarado
 U.C. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD - 12812

FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						Observaciones
		DEFINICIÓN		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
A	¿Los trabajadores del restaurant Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable?	✓		✓		✓		
E	¿La atención brindada por los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica es de una forma personal?	✓		✓		✓		
C	¿Los trabajadores del restaurant Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma rápida?	✓		✓		✓		
O	¿El Restaurant Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, deseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan?	✓		✓		✓		
N	¿Los productos brindados en el Restaurant Cevichería Rosa Náutica otorgan la satisfacción y un valor prudente?	✓		✓		✓		
A	¿El Restaurant Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene?	✓		✓		✓		
C	¿En el Restaurant Cevichería Rosa Náutica se observa empleados que se distraen de sus actividades?	✓		✓		✓		
L	¿Los trabajadores del Restaurant cevichería Rosa Náutica los atiende de una forma cortés?	✓		✓		✓		
E	¿Los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica lo juegan por su vestimenta su apariencia?	✓		✓		✓		
I	¿Los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica lo presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen?	✓		✓		✓		
N	¿Se observa problemas referentes a que no se toman en cuenta muy bien sus pedidos?	✓		✓		✓		
T	¿Se adaptan a los gustos que usted tiene?	✓		✓		✓		


 Mga. Exildy Elena Peña Alvarado
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 C.U.A.D. - 12812

 FIRMA DEL EVALUADOR

VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO
DE EXPERTOS

Yo, RAQUEL SILVA JUÁREZ, con cédula de colegiatura 01899, con profesión Lic. en Ciencias Administrativas, y ejerciendo actualmente como experto; por medio del presente documento hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo: **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE RUBRO RESTAURANT CEVICHERIA ROSA NÁUTICA DISTRITO SULLANA, AÑO 2019**, presentado por el estudiante universitario: RENZO JESUS SOSA PEÑA de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:


Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN												Observaciones	
		REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA							
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
GESTION DE CALIDAD	¿Usted se enfoca en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted cree que se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree que existe una motivación por parte del gerente para su óptima participación dentro del Restaurant?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted se adecua en desarrollar parte los procesos que tiene el restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Ah observado una mejora continua del Restaurant Cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en el restaurant Cevichería Rosa Náutica?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree usted que tiene una buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Usted como trabajador(a) observado que el restaurant Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Con que frecuencia aseguran la calidad de los productos que les brindan sus clientes?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			
	¿Cree usted que al ofrecer productos de calidad obtendrán más ingresos?	✓		✓		✓		✓		✓		✓			


 M.º Raquel Sierra Juárez
 LC EN OFICIOS ADMINISTRATIVOS
 CLAO-01879

FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN												Observaciones		
		REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA								
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
A T E N C I O N A L C L I E N T E	¿Los trabajadores del restaurant Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿La atención brindada por los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica es de una forma personal?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿Los trabajadores del restaurant Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma rápida?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿El Restaurant Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, deseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿Los productos brindados en el Restaurant Cevichería Rosa Náutica otorgan la satisfacción y un valor prudente?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿El Restaurant Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿En el Restaurant Cevichería Rosa Náutica se observa empleados que se distraen de sus actividades?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿los trabajadores del Restaurant cevichería Rosa Náutica los atiende de una forma cortés?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿Los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica lo juzgan por su vestimenta su apariencia?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿Los trabajadores del Restaurant Cevichería Rosa Náutica lo presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿Se observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien sus pedidos?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				
	¿Se adaptan a los gustos que usted tiene?	✓		✓		✓		✓		✓		✓				

[Firma manuscrita]

Dr. Elipadi Silva Juárez
LIC EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
C.L.A.D.-01979

FIRMA DEL EVALUADOR

Anexo 05: Analisis De Fialidad: Gestion De Calidad y atención al cliente

“Año de la Universalización de la Salud”

Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

COLEGIADO: COESPE N°214

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 74 personas (06 personas en Gestión de Calidad y 68 personas en Atención al Cliente) con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió la “Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la MYPE Rubro Restaurant Cevichería Rosa Náutica Distrito Sullana, año 2019” fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 26. Dando el siguiente resultado:


LIC IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE RUBRO RESTAURANT CEVICHERÍA ROSA NÁUTICA DISTRITO SULLANA, AÑO 2019.”

VARIABLE GESTION DE CALIDAD

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
11	0.807

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	46,167	6,167	,822	,757
P2	46,167	7,767	,029	,830
P3	46,500	5,900	,676	,766
P4	46,167	8,167	-,143	,844
P5	46,000	8,000	,000	,815
P6	48,000	5,200	,832	,741
P7	46,167	6,167	,822	,757
P8	46,167	6,167	,822	,757
P9	46,167	6,167	,822	,757
P10	46,167	6,167	,822	,757
P11	46,333	8,267	-,180	,860

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 80.7 % de confiabilidad con respecto a 11 Preguntas (6 encuestados) de la Variable Gestión de calidad.


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE ATENCION AL CLIENTE

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
12	0.866

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escaia si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	45,000	13,731	,244	,876
P2	44,809	13,500	,431	,863
P3	44,941	12,235	,680	,847
P4	45,015	12,134	,573	,855
P5	44,882	12,135	,884	,837
P6	44,985	11,985	,689	,846
P7	48,265	13,929	,212	,877
P8	45,059	12,146	,661	,848
P9	44,882	12,135	,884	,837
P10	44,882	12,135	,884	,837
P11	48,221	14,145	,167	,879
P12	45,015	13,000	,502	,859

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 86.6% de confiabilidad con respecto a 12 Preguntas (68 encuestados) de la Variable Atención al Cliente.


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

Anexo 6. Libro de códigos

Variable: Gestión de calidad

Columna1	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P09	P10	P11
trabajador1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
trabajador2	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5
trabajador3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
trabajador4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4
trabajador5	4	5	4	5	5	2	4	4	4	4	5
Trabajador6	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4

P= Preguntas

Trabajador= Trabajad

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	'12
	5	5	5	5	5	5	3	5	1	2	2	5
C2	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	5
C3	5	5	5	5	5	5	2	5	2	2	2	5
C4	4	5	5	5	5	5	2	5	1	1	2	5
C5	5	5	5	5	5	5	2	4	1	2	2	5
C6	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	5
C7	5	5	4	4	4	4	2	4	1	2	2	4
C8	3	4	3	5	5	5	1	3	1	1	2	5
C9	5	5	4	3	4	5	2	5	1	2	2	4
C10	5	4	4	4	5	4	2	4	1	2	2	5
C11	5	5	5	4	5	5	1	4	1	2	1	5
C12	4	5	5	5	5	4	2	5	1	2	2	5
C13	5	5	5	4	5	5	2	5	1	3	2	5
C14	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	4
C15	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	4
C16	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	5
C17	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	5
C18	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	5
C19	4	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C20	4	5	5	5	5	5	1	4	1	2	2	5
C21	5	5	4	5	5	5	2	5	1	2	2	5
C22	5	5	3	4	4	3	1	4	1	1	1	4
C23	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	2	4
C24	4	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	5
C25	3	5	5	4	4	4	1	4	1	2	2	4
C26	4	5	4	4	4	4	1	4	1	2	2	4
C27	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	5
C28	4	5	5	3	4	4	2	4	1	2	2	4
C29	5	5	5	4	5	5	2	5	1	2	2	4
C30	5	5	5	5	5	5	1	5	1	2	2	5
C31	5	5	5	5	5	5	1	5	1	2	2	5
C32	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C33	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	4

C34	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C35	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C36	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	5
C37	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C38	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C39	4	5	4	5	5	5	1	4	1	1	1	4
C40	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C41	4	5	5	4	5	5	2	4	1	1	1	5
C42	4	5	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4
C43	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C44	4	4	4	2	5	5	2	4	1	1	1	5
C45	5	5	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4
C46	4	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C47	5	4	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C48	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4
C49	5	4	5	5	5	5	1	4	1	1	1	5
C50	4	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C51	4	5	5	5	5	5	1	4	1	2	1	5
C52	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C53	5	5	5	5	5	4	1	5	1	1	1	5
C54	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C55	4	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	4
C56	4	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C57	5	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4
C58	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	1	4
C59	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C60	5	5	5	5	5	4	1	5	1	1	1	4
C61	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4
C62	5	4	4	4	4	3	1	4	1	2	1	4
C63	5	3	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4

C64	4	5	5	4	4	4	1	3	1	2	1	4
C65	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
C66	5	5	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4
C67	5	5	4	5	4	4	1	4	1	1	1	4
C68	4	5	5	5	5	3	1	4	1	2	1	4

Variable: Atención al cliente

P= Preguntas

C= Clientes encuestados

PR	Variable	Dimensiones	OE// INDICADORES	Items	RESULTADOS POR PORCENTAJES				
			Primer OE		SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
1	Gestión de Calidad	Principios	Enfoque al Cliente	¿Usted se enfoca en ofrecer la mejor atención hacia los clientes del restaurante Cevichería Rosa Náutica?	83%	17%	0%	0%	0%
2			Liderazgo	¿Usted cree que se ejerce un buen tipo de liderazgo por parte de la dueña del Restaurante Cevichería Rosa Náutica?	83%	17%	0%	0%	0%
3			Compromiso de las personas	¿Cree que existe una motivación por parte del gerente para su óptima participación dentro del Restaurante?	50%	50%	0%	0%	0%
4			Enfoque a procesos	¿Usted se adecua en desarrollar parte los procesos que tiene el restaurante Cevichería Rosa Náutica?	83%	17%	0%	0%	0%
5			Mejora	¿Ah observado una mejora continua del Restaurante Cevichería Rosa Náutica en el transcurso del tiempo?	100%	0%	0%	0%	0%
6			Toma de decisiones	¿Se toman en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones en el restaurante Cevichería Rosa Náutica?	0%	17%	66%	17%	0%
7			Gestión de las relaciones	¿Cree usted que tiene una buena relación de trabajo con los proveedores al momento de adquirir productos nuevos para la elaboración de los platos gastronómicos?	83%	17%	0%	0%	0%
8		Enfoques	Inspección	¿Se inspeccionan los platos de comida antes de ser servidos a sus clientes?	83%	17%	0%	0%	0%
9			Control de calidad	¿Usted como trabajador(a) observado que el restaurante Cevichería Rosa Náutica realiza un sistema de medición y control de calidad de su materia prima?	83%	17%	0%	0%	0%
10			Aseguramiento de la calidad	¿Con que frecuencia aseguran la calidad de los productos que les brinda sus clientes?	83%	17%	0%	0%	0%
11			Calidad total	¿cree usted que al ofrecer productos y calidad obtendrán más ingresos?	67%	33%	0%	0%	0%

Anexo 7 Cuadro resumen de preguntas

PR	Variable	Dimensiones	OE// INDICADORES	Ítems	RESULTADOS POR PORCENTAJES				
			Primer OE		SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECE S	CASI NUNCA	NUNCA
1	Atención al cliente	Estrategias	Amabilidad	¿Los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma amable?	66%	31%	3%	0%	0%
2			Atención Personal	¿La atención brindada por los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica es de una forma personal?	84%	15%	1%	0%	0%
3			Atención Rápida	¿Los trabajadores del restaurante Cevichería Rosa Náutica los atienden de una forma rápida?	72%	25%	3%	0%	0%
4			Respuesta	¿El restaurante Rosa Náutica está de acuerdo con sus necesidades, deseo que usted está buscando en los platos que se le otorgan?	68%	28%	3%	1%	0%
5			Satisfacción	¿Los productos brindados en el restaurante cevichería Rosa Náutica otorgan la satisfacción y un valor prudente?	75%	25%	0%	0%	0%
			Segundo OE						
6		Satisfacción al cliente	¿El restaurante Cevichería Rosa Náutica logra satisfacer las necesidades que usted como cliente tiene?	69%	27%	4%	0%	0%	
7		Trabajo es trabajo	¿En el restaurante cevichería Rosa Náutica se observa empleados que se distraen de sus actividades?	0%	0%	1%	34%	65%	
8		Ser Cortés	¿Los trabajadores del Restaurante cevichería Rosa Náutica los atiende de una forma cortés?	60%	37%	3%	0%	0%	
9		los clientes no se juzgan	¿Los trabajadores del restaurante cevichería Rosa Náutica lo juzgan por su vestimenta su apariencia?	0%	0%	0%	1%	99%	
10		Cientes autónomos	¿Los trabajadores del restaurante cevichería Rosa Náutica lo presionan al momento de escoger alguno de los platos o productos que se lo ofrecen?	0%	0%	1%	44%	55%	
11		El cliente tiene la palabra	¿Se Observa problemas referentes a qué no se toman en cuenta muy bien sus pedidos?	0%	0%	0%	41%	59%	
12	Adaptarse a cada cliente	¿Se adaptan a los gustos que usted tiene?	62%	38%	0%	0%	0%		

Anexo 08 : Turnitin

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Informe final - Revisión Turnitin - Sección 1	5 nov 2020 - 17:30	12 nov 2020 - 20:30	5 nov 2020 - 17:35

Resumen:
Estimado estudiante, en esta semana deberá:

- Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

Nota: Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
Ver recibo digital	SOSA PEÑA INFORME FINAL	1438466243	6/11/2020 17:26	0%	Entregar Trabajo --

